

EESTI MAAÜLIKOOL

Põllumajandus- ja keskkonnainstituut



Marjaana Rim

**LOODUSTURISMI MAHU NING NÕUDLUSE JA  
PAKKUMISE HINDAMINE EESTI AMETLIKU  
TURISMIPORTAALI VISITESTONIA/PUHKAEESTIS  
NÄITEL**

**NATURE TOURISM SIZE, DEMAND AND SUPPLY RELATION  
EVALUATION ON THE EXAMPLE OF ESTONIAN OFFICIAL  
TOURISM SITE VISITESTONIA/PUHKAEESTIS**

Magistritöö

Loodusturism

Juhendaja: MSc Tarmo Pilving

Tartu 2018

Eesti Maaülikool Kreutzwaldi 1, Tartu 51014		Magistritöö lühikokkuvõte	
Autor: Marjaana Rim		Õppekava: Loodusturism	
Pealkiri: Loodusturismi mahu ning nõudluse ja pakkumise hindamine Eesti ametliku turismiportaali Visitestonia/Puhkaeestis näitel			
Lehekülgi: 65	Jooniseid: 15	Tabeleid: 4	Lisasid: 3
Osakond: Põllumajandus- ja keskkonnainstituut Uurimisvaldkond: Sotsiaalne geograafia S230 Juhendaja(d): Tarmo Pilving Kaitsmiskoht ja aasta: Tartu 2018			
<p>Loodusturism on muutunud kiiremini kasvavamaks turismisektoriks maailmas, kasvades muu turismiga võrreldes kuus korda kiiremini. Loodusturism soodustab maapiirkondade arengut, loob juurde töökohti ning suurendab riigitulu. Erinevates riikides üle maailma on loodusturismi palju uuritud, aga Eestis on veel palju aspekte loodusturismi toimimise kohta teadmata. Sellepärast oleks tarvis seda valdkonda senisest põhjalikumalt uurida. Kuna üha enam reisiotsuseid tehakse läbi interneti, siis on internetikeskkonnas pakutav selle töö juures eriti olulise tähtsusega. Töö eesmärk on hinnata loodusturismi mahtu, pakkumist ja nõudlust ning seda põhiliselt läbi Eesti populaarseima veebipõhise reisijuhi Visitestonia/Puhkaeestis lehekülje. Töös kasutatud meetoditeks on andme- ja kirjanduse analüüs ning struktureeritud veebiküsitlus. Eesmärgi täitmiseks saadeti Visitestoniasse andmepäring. Viidi läbi online küsitlused turismiinfokeskustega ja loodusturismi ettevõtjatega, kelle teenus oli Visitestonia leheküljel üleval. Lisaks hinnati loodusturismi hindasid ja kestust, käivet ning loodusturismi jaotumist maakonniti. Töö tulemustena selgus, et 2017 aastal oli Visitestonia leheküljel 5,23 miljonit vaatamist, millest loodusturismi tooteid/teenuseid ja objekte oli vaadatud kokku 854 351 korda 119 erinevast riigist. Loodusturismi teenustele on tehtud aasta jooksul päringuid 3%, mis teeb kokku 4863 päringut. Põhiline loodusturist Eestis on siseturist. Eesti loodusest on huvitatud veel põhiliselt ka turistid Lätist, Soomest, Venemaalt ja Saksamaalt. Kõige enam huvitatakse loodusturismis loodusobjektidest (vaatamisi 692 242). Loodusturismi tooted/teenused (vaatamisi 162 109) ei ole nii populaarsed. Põhjuseks võib olla loodusturisti soov veeta aega looduses iseseisvalt. Eesti loodusturismi teenuste hindasid hinnates, selgus, et loodusturismi keskmine hind on 33 eurot ja kestab see keskmiselt 3 tundi. Selline hind ei ole kõrge ja see ei tohiks saada määravaks teenuse tellimisel. Turismiinfokeskuste hinnangul on enamus nende piirkonna teenustest ja objektidest Visitestonia leheküljel üleval, mis näitab, et läbi Visitestonia on enamik Eesti loodusobjektidest ja teenustest kliendile leitavad. Visitestonia/Puhkaeestis leheküljelt leitud ettevõtete käivate hindamisel saadi loodusturismi käibeks 2 606 572 eurot. Antud töö pakub huvi loodusturismi arendajatele ja –pakkujatele.</p>			
Märksõnad:Looduspõhine turism, seiklusturism, mõju, turism.			

Estonian University of Life Sciences Kreutzwaldi 1, Tartu 51014		Abstract of Master's Thesis	
Author: Marjaana Rim		Specialty: Nature Based Tourism	
Title: Nature tourism size, demand and supply relation evaluation on the example of Estonian official tourism site Visitestonia/Puhkaeestis			
Pages: 65	Figures: 15	Tables: 4	Appendixes: 3
Department: Institute of Agricultural and Environmental Sciences Field of research: Social geography S230 Supervisors: Tarmo Pilving Place and date: Tartu 2018			
<p>Nature tourism supports rural areas development, creates jobs and increases revenues. Many studies have been conducted in foreign countries and further research needs to be done in Estonia too. As more travel decisions are made through the Internet, it is very important in this work to estimate offers via that. The aim of this work is to estimate nature tourism size, offers and demands and all that mainly through the Estonian most popular web-based travel guide Visitestonia. The methods, that has been used in this work is data- and literature analysis and a structured online survey. To achieve the target data, an inquiry was sent to Visitestonia. Also, online surveys with tourism information centres and nature tourism entrepreneurs were conducted, who had offers on Visitestonia webpage. In this work, there has been estimated also nature tourism prices, duration, turnovers and nature tourism distribution by county. In this work, it turned out that in 2017 there were 5,23 million visits in Visitestonia webpage, from what nature tourism services and objects were looked at 854 351 times from 119 different countries. There were made 4863 (3%) queries for nature tourism products. The main nature tourist is domestic. Also, there are interested tourists from Latvia, Finland, Russia and Germany. Nature tourists are most interested in nature objects (692 242 views). Products/offers are not that popular (162 109 views). The reason might be, that nature tourist prefers to spend time in nature independently. Evaluating Estonian nature tourism service prices and time, the average nature tourism price is 33 euros and it lasts on average 3 hours. That kind of price isn't expensive and should not become decisive to order a service. Tourism information centres said, that most of their regional nature objects and products are up in the Visitestonia website which means, that all nature tourism offers are visible for potential clients. Companies, who were on Visitestonia page with their products, their nature tourism turnover was 2 606 572 euros. This research can be of interest to nature tourism developers and – providers.</p>			
Keywords: Nature-based tourism, adventure tourism, effect, tourism.			

# SISUKORD

SISUKORD.....	4
SISSEJUHATUS.....	5
1. TEOREETILINE KÄSITLUS .....	8
1.1. Loodusturism.....	8
1.1.1. Loodusturismi definitsioon .....	8
1.1.2. Loodusturism Eestis .....	10
1.1.3. Eesti loodusturismi pakkujad .....	12
1.1.4. Seiklusturism.....	14
1.1.5. Loodusturismist välismaal.....	16
1.1.6. Loodusturismi uuringud Eestis.....	19
2. METOODIKA.....	21
2.1. Andmepäringud ja uuringud.....	22
3. TULEMUSED.....	25
3.1. Visitestonia tulemused .....	25
3.2. Hind ja kestus.....	30
3.3. Käive .....	34
3.4. Turismiinfokeskuste uuring.....	35
3.5. Loodusturismi jaotumine maakonniti.....	38
3.6. Riigimetsa majandamise keskuse seire andmed.....	40
3.7. Loodusturismi ettevõtjate uuring .....	41
JÄRELDUSED .....	47
Kokkuvõte .....	52
KASUTATUD KIRJANDUS .....	54
LISAD.....	58
Lisa 1.....	59
Lisa 2.....	62
Lisa 3.....	63

## SISSEJUHATUS

Käesoleva lõputöö teemaks on loodusturismi mahu ning nõudluse ja pakkumise hindamine Eesti ametliku turismiportaali Visitestonia/Puhkaestis näitel.

Turism on kogu maailmas kasvav majandusharu ning see on muutunud üheks suurimaks ja kiiremini kasvavamaks majandussektoriks (World Tourism Organization 2016: 2). Olles isegi kiirema kasvuga kui tootmine, kaubandus, finants- ja ärisektor (20 Adventure Travel Trends...2018: 5). Turismiarengut toetab rahvastiku suurenemine ja elatustaseme tõus (Eesti riiklik turismiarengukava...2013: 6).

UNWTO hinnangul kasvas turism 2017 aastal 7% (1,322 miljonit reisi aastas). Turismiga areneb majandus, kasvab SKP, lisandub uusi töökohti ja suureneb maksutulu. (20 Adventure Travel Trends...2018: 2)

Maailma Turismi ja Reisi nõukogu (WTTC) hinnangul moodustas 2016 aastal turism 10% maailma SKP-st ja 10% töökohtadest (*Ibid.*: 5).

Euroopa on juhtiv turismisihtkoht maailmas (Soave 2016) ning ka Eesti püüab leida erinevaid viise kuidas suurendada turistide hulka, et edendada seeläbi Eesti majandustegevust.

Üheks turisminduse kiiremini kasvavamaks sektoriks on loodusturism. Maailma Turismiorganisatsiooni (UNWTO) andmetel kasvab loodusturism muu turismiga võrreldes kuus korda kiiremini, põhjuseks üldine sissetulekute suurenemine ja pere loomise edasilükkamine, mistõttu on noortel rohkem vaba aega reisimiseks ning noortest lähtuvalt on suurenenud just huvi aktiivsete tegevuste vastu (Loode *et al.* 2008: 7).

Inimeste huvi loodusturismi vastu tuleneb ka kasvavast keskkonna teadlikkusest ja kaugete piirkondade paremast ligipääsetavusest (Jafari 2000: 410).

Loodusturism annab võimaluse külastada looduskauneid kohti ning veeta looduses aktiivselt aega. Loodusturism võib olla nii reisi põhjus kui olla ka üks osa reisist ning üha

enam kasutavad loodusturismi võimalusi ka ettevõtted firmaüritustel või konverentside puhkehetkedel, võttes tegevuseks näiteks seiklusmängud looduses.

UNWTO hinnangul on kõikidest reisidest 10-20% seotud looduselamustega (ref *Frontiers in Nature-based Tourism* 2011: 9). Põhja- Euroopas peetakse osakaalu veel suuremaks (Fredman, Tyrväinen 2011: 9), olles põhjapoolsetel reisidel isegi peamine reisi põhjus (Haukeland *et al.* 2011: 77).

Eestil on pakkuda turistidele kaunist ja mitmekülgset puutumatut loodust. Meil on sood, rabad, oosid, metsad, järved, jõed jpm. Lääne- Eesti on ka oluline rändlindude peatumise koht, tänu sellele on meil võimalik pakkuda loodushuvilistele põnevaid linnuvaatlusvõimalusi.

Turism on tähtis majandussektor, andes tööd teeninduses (majutus, toitlustus ja teised teenused). 2017 aastal oli turismist tulenev majanduslik kasu Eesti SKP-st 7% (Mutso 2018) ning kogutulu väliturismist kokku 1,88 miljardit eurot (kasv 10%) (EAS 2018: 19). Tuleks uurida kui suur majanduslik kasu sellest tuleb tänu loodusturismile. Teema aktuaalsust suurendab ka inimeste kasvav huvi loodusturismi vastu.

Kuna üha enam tehakse reisiotsuseid läbi interneti- 68% turistidest üle maailma teeb oma reisiplaanid läbi interneti (MarkMonitor 2016: 4), siis on just internetis pakutav selle töö juures eriti oluline. Näiteks on saanud 2000 aastal asutatud TripAdvisor, mis toimib veebipõhise reisijuhina number üheks leheküljeks reisi sihtkoha- ja majutuse otsimisel Ameerikas. Lehekülg on laienenud nüüdseks üle maailma (Statista) ning on ka Eesti turismiettevõtjate seas kasutusel. Selleks on ka käesoleva magistritöö põhirõhk pandud just Visitestonia/Puhkaeestis keskkonnale kui Eesti kõige populaarsemale leheküljele, mis Eesti loodusturismi objekte ja teenuseid kajastab.

Magistritöö eesmärgiks on teada saada, milline on Eesti loodusturismi maht, nõudlus ja pakkumine.

Samuti seab töö teema üles probleemküsimused: Kui paljud Eesti loodusturismi ettevõtted kasutavad Visitestonia/Puhkaeestis keskkonda? Kui suur on nende ettevõtete käive? Kui suur osakaal turistidest võiks tunda huvi loodusturismi elamuste vastu ning kui palju interneti keskkond mõjutab loodusturismi teenuste tellimist?

Kõikidele nendele küsimustele püütakse vastus leida põhiliselt läbi Eesti ametliku turismile suunatud meedia/müügi/turunduskanali Visitestonia/Puhkaeestis lehekülje ning saadud vastuseid püütakse võrrelda teiste toetavate andmetega.

Käesolev lõputöö koosneb kolmest peatükist, mis jagunevad veel omakorda alapeatükkideks. Esmalt on kirjeldatud loodusturismi teoreetiliselt, selle tähendusest, olukorrast Eestis ning antud valdkonna uuringutest Eestis ja mujal maailmas. Teises osas on lahti kirjutatud magistr töö meetodid, saab tutvuda töö käigus läbiviidud uuringutega ning kolmandas peatükis on töö tulemused. Peale kolmandat peatükki, teeb töö autor järeldused töö tulemustest ja annab omapoolsed ettepanekud.

Tööl on suur praktiline väärtus ja see pakub huvi loodusturismi arendajatele ja –pakkujatele, sest töös käsitletakse Eesti loodusturismi pakkumist ja selgub klientide huvi.

# 1. TEOREETILINE KÄSITLUS

## 1.1. Loodusturism

Loodusturismi aluseks on loodusressursid nagu mäed, veekogud, metsad, rannad jmt. Nende ressursside atraktiivsust ja ligipääsetavust soosivad tooted ja teenused, mida pakuvad loodusturismi ettevõtjad ja avalikud asutused näiteks majutus, külastuskeskused, giidid, rajad jmt. Loodusturismis on kohalik kogukond üks osa turismi pakkumisest piirkonnas. Teenuste olemasolu ja infrastruktuur mõjutavad turismi pakkumist ja seda kas turist jätab piirkonda raha või ei. (Fredman, Tyrväinen 2011: 6) Näiteks radade olemasolu kutsub ligi matkajaid, rattureid ja suusatajaid ning teenused mõjutavad seda kui kauaks turist piirkonda jääb. On kindlaks tehtud, et loodusturistid on sageli mitmete erinevate tegevuste (matkamine, suusatamine, ujumine, paadisõidud jmt) ja teenuste tarbijad (Fredman, Tyrväinen 2011: 5).

On teada, et loodusturismil on kordistav mõju (*multiplier effect*), mille puhul turismi tulud piirkonnas võivad olla võrreldes turistide kulutustega mitmekordsed (Ntibanyurwa 2006: 80). Reisija kulutus piirkonnas, mõjub positiivselt turismiga seotud tööstusharudele (Kumara, Hussaina 2014: 361) ehk siis piirkonda jäetud raha (kohalike turismitoodete ja teiste kohalike kuid mitte turismitoodete tarbimine) aitab kaasa väikeste ettevõtete arengule (*Ibid.*: 73) ja see omakorda soodustab tulusid teistes sektorites (Ntibanyurwa 2006: 74), mis omakorda mõjub positiivselt valitsuse tuludele (*Ibid.*: 75). Turismi mõju majandusele sõltub hüvedest, mida turistid vajavad (majutus, toitlustus, transport, meelelahutus). On kindlaks tehtud, et mida arenenum on turismi pakkumine seda rohkem mõju avaldab see ka teistele sektoritele (*Ibid.*: 79).

### 1.1.1. Loodusturismi definitsioon

Loodusturismi mõiste on globaalses kontekstis üsnagi erinevalt mõistetav ja oleneb sihtkohast ning definitsioone sellele on samuti palju. Kuid põhiliselt on võimalik jagada



loodusturismi kaheks: „loodusturism“ (*nature tourism*) ja „looduspõhine turism“ (*nature based tourism*).

Mõiste loodusturism kujutab endast loodusturismi kitsamas tähenduses, olles sügavama olemusega. See tähendab, et loodus on turisti esmane eesmärk näiteks looduse vaatlemine, väärtustamine ja nautimine. (Loode *et al.* 2008: 5) Selles tähenduses sobib loodusturismi alla näiteks linnuvaatlus.

Looduspõhine turism, aga on laiema tähendusega kui loodusturism ning siin ei ole looduse vaatlemine ja - tundmaõppimine enam peamiseks põhjuseks.

Looduspõhine turism on toote kesksam, hõlmates enda alla erinevaid aktiivseid tegevusi, mis toimuvad looduskeskkonnas (näiteks seiklusmängud, ratsutamine jmt) ehk siis siia alla kuuluvad kõik looduskeskkonnas pakutavad turismitooted. (*Ibid.*: 5)

Soomes defineeritakse looduspõhist turismi kui turismivormi, mis sisaldab aktiivset tegevust looduses ja on tavaliselt vähemalt ühe ööbimise (Fredman, Tyrväinen 2011: 7).

Rahvusvahelisel turismimaastikul hakkab loodusturism, aga üha enam seiklusturismi (*adventure travel*) mõiste alla koonduma (Pilving, suuline) ning UNWTO „Global Report on Adventure Tourism“ sõnastab seiklusturismi definitsiooni lahti järgmiselt: Seiklusturism on turismi vorm, kus inimene reisib väljapoole oma igapäevast elukeskkonda vähemalt ööpäevaks ja tema reisieesmärgiks on vähemalt kaks järgnevat kolmest reisimotiivist: aktiivne tegevus, looduskeskkond ja kohalik kultuur (2014: 10). Seega seiklusturism tähendab elamuspõhist puhkust, mis väärtustab sihtpaiga loodust ja kultuuri (*Ibid.*: 8). Seiklusturismi ja loodusturismi (samuti looduspõhise turismi) sarnasuseks on ka tegevused- näiteks matkamine, linnuvaatlus, ronimine, kalapüük, ratsutamine, jaht, veematkad, orienteerumine, safari, purjetamine, sukeldumine, snorgeldamine, suusa- ja lumelauasõit ja surfamine. Samas kuulub seiklusturismi hulka ka osalemine kohalikel festivalidel, telkimine, kohalike tundma õppimine, ajalooliste kohtade külastamine jmt. (Adventure Travel...2016: 4)

Kuid välja tuleks tuua kindlasti ka UNWTO sõnastus loodusturismile- Loodusturism on turismi vorm, mille peamiseks motivatsiooniks on looduse vaatlemine ja väärtustamine.

Käesolev töö keskendub loodusturismile nii kitsamas kui ka laiemas mõistes kuid uurimisraamistiku huvides on ühendatud tööd ka rahvusvahelise seiklusturismi mõistega.

### 1.1.2. Loodusturism Eestis

Eesti loodusturismis nagu ka mujal maailmas on suurenenud huvi aktiivsete tegevuste vastu (Loode *et al.* 2008: 14). Kõige suurema osa loodusturismist moodustavad erinevad jalgsimatkad. Populaarsed on ka kanuumatkad, süstamatkad, tõukekelgumatkad, ratsamatkad ja jalgrattamatkad. (EAS 2009: 6)

Loodusturismi toodet kasutavad üha enam pered ja sõbrad. Üha enam kasutab seda ka äriklient, kes näiteks seminaride või konverentside vahele võtab mõne aktiivse tegevuse looduses. (Loode *et al.* 2008: 14)

Eestis on loodusturismiks head eeldused- meil on sood, rabad, metsad, liigirikkus ja seda kõike on suudetud senini hoida ja säilitada. Siin on palju saari ja laidusid ning Eesti on hea koht ka rändlindude vaatlemiseks. Lisaks peetakse Eesti turismi tõmbenumbriteks ajaloolist kultuuripärandit, looduskeskkonda, traditsioonilist elustiili ja külalislahkust. (Keskkonnaagentuur 2013: 24)

Kahjuks on, aga välituristidele Eesti kui sihtkoha teadlikkus üsnagi väike ning see on ka kindlasti üks põhjuseid, miks on meie põhiline loodusturismi toodete/teenuste tarbija siseturist (Loode *et al.* 2008: 14). Kuid väliturust on loodusturismi teenuste põhilised tarbijad Soome, Saksamaa, Läti, Inglismaa, Venemaa, Rootsi, Leedu, Norra ja Taani (*Ibid.*: 15). Samas on teada, et Läti turistid, kes on meil ühed põhilised loodusturistid on ka ühed vähem kulutavad turistid (kui Norra või Ameerika turist kulutab Eestis keskmiselt 500-600 eurot, siis Läti turist kulutab reisil keskmiselt 140 eurot). Kulutuste hulka mõjutab ka kohapeal veedetud aja pikkus. (Ärileht 2015) Norra ja Suurbritannia puhul on turistide seas suurel hulgal ka Eestist pärit inimesi (EAS: 3). 2005-2007 aastal viis EAS läbi uuringu, mis näitas, et sakslaste, soomlaste, venelaste, inglaste ja lätlaste huvi reisimisel looduse vastu on eriti suur. Sellekohaselt oli Eesti loodusest huvitatud näiteks 81% küsitlusele vastanutest sakslastest. (ref Loode *et al.* 2008: 15)

Ka Eesti riiklikus turismiarengukavas on välja toodud, et Saksa turist eristub teistest Euroopa turistidest eelkõige suurema huviga loodusturismi vastu ning lisaks Tallinnale, liiguvad sakslased meelsasti linnast välja ning tutvuvad loodusega. (Eesti riiklik turismiarengukava...2013: 14)

Tänu Saksa turistide suurele loodushuvile püütakse neid suunata kultuuri- ja loodusturismile. Suurbritannia turustrateegia fookuses on ka erihuvidel põhinev loodusturismitoode nagu näiteks linnuvaatlus- ja loodusmatkad (*Ibid.*: 15), millest just linnuvaatlus on saanud viimaste seas eriti populaarseks. Ka Soome ja Venemaa turistidele reklaamitakse lisaks muudele turismivaldkondadele loodusturismi ning püütakse antud valikut neile laiendada. (*Ibid.*: 11-12)

Ka üha enam hiinlasi ja jaapanlasi huvitub lisaks Tallinna vanalinnale Eestimaa loodusest (Äripäev 2017) ning prognoositakse, et aastaks 2020 nende reisimine kasvab veelgi (Vahuri 2017). Kuna Hiina turist külastab Eestit põhiliselt teiste riikide külastamise vahepeale (tulles tavaliselt Soomest või Baltikumist), siis veedab hiinlane Eestis kohapeal tavaliselt ühe päeva. See on põhjuseks, miks on nende seas just Tallinna vanalinn põhiliseks kohaks ajaveetmiseks ja loodusesse nii väga ei jõuta. Kuid kui Hiina turist veedaks Eestis rohkem päevi, oleks see hea võimalus neile kasutada ka Eestis pakutavaid loodusturismi tooteid ja teenuseid (Äripäev 2017) seda enam, et Hiina turist on reisil ka erinevalt teistest turistidest kõige suurem kulutaja (World Tourism Organization 2014: 21). 2016 aasta EBS-i magistritöös, mille koostajaks oli Dasha Karpilovich, uuris autor, mida arvavad Eestist Hiina reisiblogijad- selles töös selgus hiinlaste huvi Eestimaa looduse vastu (Karpilovich 2016).

Selleks, et suurendada Eestimaa tuntust loodusturismi sihtpaigana käivitas 2017 aastal EAS ka loodusturismiteemalise turismikampaania „The Estonian Stress Buster“, millega püüti Inglismaa, Saksamaa, Norra ja Rootsi potentsiaalseid kliente (Erametsakeskus 2017). Antud video sai 2017 aastal 1,23 miljonit vaatamist, 200 meediakajastust ning kampaanialehte külastati kokku 102 erinevast riigist (Jors 2018: 7).

Eesti loodusturismi edendamisel tuleks kasuks kindlasti Eesti kui sihtpaiga tuntuse suurendamine välisriikides, pakkudes potentsiaalsetele klientidele just Eesti looduse põhiväärtusi.

### 1.1.3. Eesti loodusturismi pakkujad

2017 aastal Kristiina Roosild poolt koostatud magistritöös selgus, et Eestis on 50-60 loodusturismi ettevõtet. Enamik nendest ettevõtetest (54%) on keskendunud seiklusturismile, 33% üldisele loodusturismile nagu näiteks erinevad matkad ning 13% on keskendunud süvahuviiga loodusturismi pakkumisele (näiteks linnuvaatlus, loomavaatlus). (Roosild 2017: 32) Kõige enam pakutakse teenustest jalgsimatkasid (26%), järgnevad eluslooduse vaatlused (19%), veematkad (18%) ja rattamatkad (6%) (*Ibid.*: 36). Aktiivsete tegevuste kliendid on enim huvitatud kajakimatkadest, räätsamatkadest ja kanuumatkadest ning loodushuvilised on enim huvitatud linnuvaatlusest (*Ibid.*: 37).

Klientide poole pealt on loodusturism tugevalt orienteeritud siseturistile (78%) (Loode *et al.* 2008: 37). Kui Consumetricu teaostatud töös 2008 aastal selgus, et paljudele ettevõtetele saab välisküllastajate teenindamisel takistuseks keele oskus (*Ibid.*: 58), siis aastaks 2017 pakuvad Roosild sõnul kõik ettevõtted oma teenuseid nii eesti kui ka inglise keeles. Saksa ja Vene turistide tõttu on nõudlust ka saksa- ja vene keelsete giidide järele. (Roosild 2017: 35)

Välismaalastest klientide osakaal on Eesti loodusturismi teenuste tarbimises 10% (*Ibid.*: 38) ning põhilised kliendid 2017 ja 2008 aasta töö hinnangul on Saksamaalt, Belgiast, Hollandist, Ameerikast, Lätist, Taanist (*Ibid.*: 42), Soomest, Rootsist, Suurbritanniast ja Venemaalt (Loode *et al.* 2008: 35) ning nad on pigem erinevalt siseturistist süvahuviiga (*Ibid.*: 37).

Enamik loodusturismi ettevõtjaid soovivad leida rohkem välismaalastest kliente kuid takistuseks saab siiski endiselt välisturistide teenindamiseks professionaalsete loodusgiidide leidmine (Roosild 2017: 39). Samas on nendel teenusepakkujatel, kes teevad koostööd välismaiste reisifirmadega suurem välisturistide osakaal kui nendel, kes müüvad end lihtsalt tavameedias või muul viisil (Loode *et al.* 2008: 54). Loodusturismi pakkumise uuringus selgus ka pakkujate motivatsiooni puudus, oskused ja kogemused välisturistile edukast turundamisest. Samas arvatakse, et enim on perspektiivi just välisturistide seas (*Ibid.*: 79).

Enamik loodusturismi ettevõtjaid Eestis on mikroettevõtted, kelle käive on suhteliselt väike (Loode *et al.* 2008: 13). Levinum ettevõtlusvorm loodusturismi tegevusalal on

osaühing ning FIE (EAS 2009: 6). Äriühinguks registreerutakse ettevõtte laienemisel üksikisikult meeskonnatöölle ning äriühinguks suuremine on toonud ettevõtetele ka suurema tuntuse ja edukuse turul (*Ibid.*: 6).

Eesti loodusturismi käivet mõjutab kindlasti ka varimajandus, mille puhul varjatakse ettevõtte tulusid. Hinnanguliselt 17,2% varimajandusest Eestis tuleb teenindusest (Härma *et al.* 2016), millest 2% tuleb majutusest ja 6% toitlustusest (Josing 2016: 29). Põhjus, miks varimajandust loodusturismis esineda võib on loodusturismi teenuste asetsemine maa piirkondades ja väikeste loodusturismi ettevõtete väiksem sissetulek (*Ibid.*: 28). Varimajanduse üheks põhjuseks võivad olla ka kõrged maksud, mille puhul väiksemad loodusturismi ettevõtted jäävad maksejõuetuks (Müürsepp 2015a :34). Tuleb tõdeda, et ka varimajandus jätab raha piirkonna ringlusesse, mõjudes sel viisil positiivselt. Varimajanduse esinemine loodusturismis on ka üks põhjuseid, miks on loodusturismi tegelikku mahtu ja käivet raskem hinnata. Varimajandust soodustab maksude tõstmine (Härma *et al.* 2016). 2014 aastal moodustas varimajandus erinevate uurimismeetodite järgi Eesti SKP-st 3-26% (Müürsepp 2015b).

Loodusturismiga tegelemine on paljude pakkujate jaoks kõrvaltegevuseks (Loode *et al.* 2008: 32). Üheks põhjuseks on hooajalisus ning muutlik ilm, ilmselt seetõttu on domineerivaks ka suvehooaja tooted (*Ibid.*: 13).

53% Eesti loodusturismi ettevõtetest pakub lisaks loodusturismile ka teisi teenuseid, ainult loodusturismile on keskendunud 47% ettevõtetest. Populaarsemateks teenusteks, millega loodusturismi pakkuja veel tegeleb on varustuse rent, koolitused (Roosild 201: 35), majutus, toitlustus, giiditeenuse osutamine, ruumide rent ja ürituste korraldamine (Loode *et al.* 2008: 30).

Aastal 2008 teostatud Loodusturismi pakkumise uuringu hinnangul on loodusturismi osa Eesti turismisektori käibest väike (Loode *et al.* 2008: 13). Nii teenisid Consumetricu Loodusturismi pakkumise uuringu käigus küsitletud loodusturismi ettevõtted oma käibest 39% loodusturismi toodete müügist (*Ibid.*: 29).

2017 aasta Roosild koostatud uuringu käigus selgus, et enamike loodusturismi ettevõtete aastane käive jääb 10 000-50 000 euro vahele (Roosild 2017: 32).

Kliente on aastas rohkem seiklusturismi pakkujatel (1000+ klienti) kui süvahuviga loodusturismi pakkujatel (-100 klienti) (*Ibid.*: 38).

Kõige rohkem kasu toovateks turustamisviisideks peavad loodusturismi ettevõtjad Visitestonia/Puhkaeestis (edaspidi ka VP) lehekülge, koostööd turismibüroodega, ettevõtte kodulehekülge, otsemüüki ja TripAdvisorit (*Ibid.*: 42). Kuid ettevõtjate sõnul võiks VP keskkond olla paremini ülesehitatud (*Ibid.*: 44).

Loodusturismi ettevõtjad toovad oma ala puudustena välja inimressursi (kompetentsete töötajate puuduse), finantsressursside ebapiisavuse, hooajalisuse, teenuse pakkuja enda asukoha perifeersuse (turistid ei jõua nende piirkonda) kui ka infrastruktuuri puudumise (Loode *et al.* 2008: 60).

Kuna loodusturismi pakkujatest suur hulk tegeleb loodusturismiga kõrvaltegevusena või hobiettevõtlusena, siis võib-olla ongi see põhjuseks, miks puudub osadel ettevõtjatel suurem huvi oma loodusturismi teenuste paremaks müümiseks. Ühe valdkonnaga tegelemine hoiab inimest paremini fookuses ja sellest tulenevalt paraneb ka teenuste müük, mõeldakse rohkem kuidas olukorda parandada ja toodet paremini müüa. Mitme tegevusega tegelemine jagab huvi liialt valdkondade vahel laiali.

Loodusturismi ettevõtjad peaksid paremini läbi mõtlema oma teenuste pakkumise ja -kvaliteedi. Esialgne raske töö (teenuste reklaam välisturule ja eneseharimine keelevaldkonnas) võib end tulevikus ära tasuda.

Ka hooajalisuse võiksid panna ettevõtjad enda kasuks tööle, müües Eesti nelja aastaaga ja pakkudagi turistile elamusterikast kliimat (ka vihm) ning seeläbi loodusega üheks saamist.

#### **1.1.4. Seiklusturism**

Seiklisuturism pakub võimalusi veeta aega looduses ning panna proovile oma füüsilised võimed (Adventure Travel...2016: 2). UNWTO hinnangul otsivad inimesed üha enam elamusi (World Tourism Organization 2014: 8). Aasta 2012 seiklusturismi sektori aastakäibeks hinnati 263 miljardit USD (*Ibid.* 2014: 13) ning aastaks 2017 hinnati aastakäibeks juba 683 miljardit USD. Viimane käive on hinnatud ilma siseturismiga ja Aasiast väljuva turismiga, olles neid arvestades veelgi suurem. (20 Adventure Travel Trends...2018: 5) Eeldatakse, et 2018 aastaks kasvab seiklusturism eriti Aasia turistide näol veelgi. Seda kinnitavad ka Hiina uuringud, mille hinnangul 60 miljonit Hiina elanikest harrastab seiklussporti nagu mägironimist, ratsutamist jmt. (*Ibid.*: 6)

Seiklusturiste iseloomustatakse kui kõrgete väärtusinnangutega turiste (World Tourism Organization 2014: 16), kes on põnevate ja elamuste rikka kogemuse eest valmis ka maksma (*Ibid.*: 10). Samas on demograafide poolt kindlaks tehtud, et seiklust ja unikaalseid elamusi otsiv lääne turist, kes on 25-45 aasta vanune, kasutab reisi planeerimisel infotehnoloogia võimalusi ning odavaid lennuvõimalusi (20 Adventure Travel Trends...2018: 6) ehk siis püüab ikkagi leida soodsamaid viise?

Kui massituristi jaoks on reisimisel kõige olulisem sihtpaiga kliima, siis seiklusturistid hindavad reisi puhul kõige olulisemaks ilusat loodust, millele järgneb pakutavad tegevused ja alles siis kliima (World Tourism Organization 2014: 15).

Viimasest lausest lähtuvalt peaks seiklusturistile Eesti ideaalselt sobima- loodus ja elamused on esmatähtsad ning kliima on teisejärguline.

2014 aasta seiklusturismi uuringuga selgus, et 53% seiklusturistidest on naised ja 47% mehed. 48% seiklusturistidest on kõrgharidusega ning nende aastaseks sissetulekuks on hinnatud keskmiselt 47 000 USD (*Ibid.*: 15).

Seiklusturismis hinnatakse keskmiseks reisi kulutuseks 3000 USD inimese kohta reisi puhul, mis kestab keskmiselt 8 päeva. Reisi maksumus sõltub reisi pikkusest, luksusest ja aktiivsetest tegevustest sihtpaigas ja reisikoha kaugusest. (World Tourism Organization 2014: 10) ATTA hinnangul jääb seiklusturismi puhul hinnanguliselt 65.6% kogu seiklusturismi reisi maksumusest sihtpaika, samal ajal kui massiturismi pakettidest läheb umbes 80% reisija kulutustest lennufirmadele, hotellidele ja teistele rahvusvahelistele ettevõtetele. (*Ibid.*: 11)

2014 aasta andmed ütlevad, et seiklusturistidest reisivad 37% kaaslasega, 30% laste ja perega, 21% sõbraga ja vaid väike hulk reisijatest reisib üksi. (*Ibid.*: 15) Kuid uute andmete hinnangul, kasvab seiklusturistide seas järjest trend reisida üha enam üksi. Sellise uue trendiga püüavad kaasas käia ka seiklusturismi ettevõtted, luues spetsiaalselt üksi reisijatele mõeldud teenuseid. Hinnanguliselt on seiklusturistide seas viimase viie aasta jooksul üksi reisimine kasvanud 40%. (20 Adventure Travel Trends...2018: 18) Samuti on kuue viimase aastaga suurenenud naiste osakaal seiklusturismis (*Ibid.*: 28).

### 1.1.5. Loodusturismist välismaal

Selles alapeatükis on välja toodud loodusturismi uuringud ja nende tulemustest välismaal.

Põhja-Euroopas hakati loodusturismi uurima 1960 lõpus ja 1970 alguses (Fredman, Tyrväinen 2011: 5), kuid alles viimase 15-20 aasta jooksul on loodusturismi uuringud muutunud süstematiseeritumaks (Fredman, Tyrväinen 2011: 10).

Soomes on loodusturismi põhjalikult uuritud. Selleks hinnatakse igal aastal rahvusparkide, matkaradade ja teiste kaitsealade (mis on olulised turismi sihtkohad) näol sissetulekute ja töökohtade kasu. Selleks kasutatakse meetodit, mis põhineb MGM2 (*Money Generation Model Version 2*) mudelil, milles on oluline külastuste arv, külastusaeg ja kohaliku majanduse rahavoog. Soome puhul on uuringute käigus selgeks saanud, et iga riigi poolt investeeritud 1 euro pealt tuleb riigi majandusele tagasi keskmiselt 10 eurot (suusakuurordid toovad majandusele tagasi isegi rohkem raha). (Metsähallitus 2018)

Kõigi Soome 40 rahvusparki tulu 2017 aastal oli 206,5 miljonit eurot ja kõigi 5 matkaraja peale 10,9 miljonit eurot. Kõige suurema majandusliku kasuga rahvusparkid 2017 aastal oli Pallas-Yllästunturi, tuues sisse 61,5 miljonit eurot ning Urho Kekkoni rahvuspark tuues sisse 36,6 miljonit eurot. Suurim majanduslik mõju tuleb külastuskeskustest, kus külastajad peatuvad ja kus turismiteenuste pakkumine on suurim. (*Ibid.*)

Soomes on tehtud külastajauuringut ka 2006- 2007 aastal ja 2009 aastal Ida- Uusmaal. 2006-2007 aasta Ida- Uusmaa külastajauuring näitas, et suur osa piirkonna külastajatest on ühepäeva külalised ja et nad jätsid suure osa oma kulutatud rahast piirkonna kohvikutesse ja restoranidesse. Kuid kuna tolle aja külastajauuring ei kajastanud raha hulka ega ka piirkonna külastatvate turistide hulka, siis tehti 2009 aastal uus külastajauuring. (Ritalahti, Holmberg 2010: 4)

Suur osa küsitletuist olid soomlased (76%) ja suur osa välismaalastest olid kas venelased, rootslased, sakslased, jaapanlased või USA kodanikud (*Ibid.*: 7).

Tööga selgus, et ühepäeva külalised kulutasid piirkonnas keskmiselt 48,61 eurot, millest kõige rohkem kulutati jaekaupadele (19,87 eurot), söögikohtadele (17,02.eurot) ja teenustele ja huvidele keskmiselt vaid 1,69 eurot. (*Ibid.*: 14)



Hotelli külaliste kulutused olid päeva peale kõige suuremad- kokku kulutati päevas keskmiselt 132,34 eurot, millest suurema osa läks majutusele (49,54.-), toidlustusele (38,52.-) ning teenustele ja huvidele vaid 6,58.-. (*Ibid.*: 14)

2017 aasta Rootsi teadusuuring „Bridging outdoor recreation and nature- based tourism in a commercial context“, mis kajastab loodusturismi nõudlust ja pakkumist, selgus mitmeid huvitavaid tähelepanekuid Rootsi loodusturismist. Töös tuuakse välja, et Rootsis kasvab iga aasta välituristide hulk ja neid huvitab just loodusturism ning populaarsemateks tegevusteks on matkamine mägedes ja metsas ning linnuvaatlus ja kajaki matkad. (Margaryan, Fredman 2017: 88)

Kuigi välituristide osakaal kasvab on siiski Rootsi loodusturistidest 2/3 siseturistid (*Ibid.*: 90). Loodusturism on Rootsis jaotunud järgmiselt: 36% on pärit samast maakonnast, kus teenust tarbitakse, 29% on samuti siseturistid kuid teistest maakondadest ning 35% teenuste tarbijatest on välituristid. Sama maakonna turistid on kõige olulisemad loodusturismi teenuste tarbijad suvekuudel ja talvekuudel on kõige olulisemad teenuste tarbijad välismaalased. (*Ibid.*: 89) Näiteks suureneb talvel Rootsi Lapimaal Jaapani turistide hulk, sooviga näha virmalisi (*Ibid.*: 90). Välisurg on jaotunud, aga põhiliselt viie riigi vahel: Saksamaa (38%), Taani (15%), Norra (11%), Holland (11%), Inglismaa (5%) ja ülejäänud 20% on peamiselt teistest Lääne- Euroopa riikidest (*Ibid.*: 89). Sakslased külastavad Rootsit peamiselt suvel (*Ibid.*: 89).

Mis puudutab Rootsi loodusturismi ettevõtjaid, siis selgub teadusartiklis, et suurem osa ettevõtte käibest tuleb tänu teistele tegevustele kui loodusturismi pakkumine. Vaid 1/5 ettevõtjatest vastasid, et 100% nende ettevõtte käibest tuleb tänu loodusturismile. 40% ettevõtetest said vähem kui 50% oma käibest tänu loodusturismile. (*Ibid.*: 88) See näitab, et nii nagu ka Eestis on Rootsis loodusturism pigem kõrvaltegevus või lisatulu saamise võimalus ettevõtetele. Kuid selline nähtus võib olla ka teatud piirkondades loodusturismile omane.

Ligi pooltele loodusturismi ettevõtetele on kõige olulisem loodusturismi teenus, mida nad pakuvad giidi teenuse ja majutuse pakkumine. Samas ei arvestatud antud teadusartiklis majutust loodusturismi nimekirja ega ka uuringu konteksti. Ettevõtete aastast käivet mõjutasid loodusturismi tegevustest kõige enam järgmised: kalastamine, kajaki- ja kanuu sõit, rafting, piknik looduses, eluslooduse vaatlus ja ujumine. (*Ibid.*: 88) Kuigi mitmed tegevused nimekirjast nagu näiteks piknik ja ujumine tunduvad väga lihtsad on nende kui

teenuste vastu huvi siiski suur. Mitmed tegevused mida siseturistid on valmis tegema iseseisvalt on välisturistide seas olulised teenused ja nende eest ollakse valmis maksuma. (*Ibid.*: 90) Samuti on talve perioodil karmid talveolud need, mis panevad välisturiste otsima kommertslahendusi (*Ibid.*: 89)

2009 aastal hinnati Rootsi loodusturismi majanduslikuks väärtuseks ligi 100 miljardit rootsi krooni- millest 26% läks transpordile, 22% varustusele, 21% toitlustusele, 20% majutusele ja 7% sissepääsudele, suusapassidele, giiditeenustele jmt. (*Ibid.*: 88)

2006 aastal Eesti Maaturismi poolt tehtud uuring „Loodusturismi toote turundusuuring Soome, Saksamaa ja Suurbritannia turgudel“, mis on küll nüüdseks juba 12 aastat vana, annab veel väikese ülevaate Soome loodusturismi turust. Näiteks on töös välja toodud, et loodusel põhinev turismi eksporditulu oli sel perioodil 200 miljonit eurot, mis moodustas 16% kogu turismi eksporditulust ning et loodusturism andis siis Soomes tööd 1700-le täisajaga ja 1450-le osalise ajaga töötajale. (Eesti Maaturism 2006: 3) Kuna loodusturism on kasvutrendis, siis võib olla enam kui kindel, et need arvud on nüüdseks juba veel tõusnud.

Nii nagu ka Eestis, on põhiline loodusturist Soomes siseturist (75%) ning suurem osa reisipakettidest tarbitakse maapiirkondades (70%) (*Ibid.*: 3).

Töös tuuakse välja, et loodusturist tarbib majutusteenust, harrastab tegevusi ning tarbib ka muid lisateenuseid. Ka nõudlus pakettide järgi oli sel perioodil kasvamas. Populaarseimad teenused, mida Soomes armastatakse on kalapüük, kanuusõit, matkamine, loodusvaatlus ja suusatamine (*Ibid.*: 3) Need tegevused võivad soomlasi huvitada ka Eestit külastades.

Töös selgub ka tolle aja Soome loodusturistide kulutused loodusturismile, mis on kokku keskmiselt 106 eurot, millest 45% kulub kohalesõiduks, 38% majutusele ja 21% harrastustele (Eesti Maaturism 2006: 7) – protsentuaalne jaotuvus võib olla ka praegu sarnane.

Soomes Lapimaal on turism kõige oluliseim majandussektor, pakkudes rohkem töökohti kui metsamajandus (Frontiers in Nature-based Tourism 2011: 5). Lisaks on mitmed andmed näidanud, et sealne turism on saanud oluliseks tulu saamise allikaks. Iga aasta kasvab külastatavus ja tulu Lapimaal 5% (Frontiers in Nature-based Tourism 2011: 139). Aastal 2010 investeeriti Lapimaal üle 1 miljardi euro infrastruktuuri ja teenustesse, et käia kaasas kasvava turismi nõudlusega (Uusitalo 2006: 139).

Hinnanguliselt kasvab Soomes loodusturism aastas 8-10% (Saarninen 2005: 43).

Põhja- Soome majanduslikult kõige olulisem loodusturismi tegevus on suusatamine. 1998 aastal hinnati, et ainuüksi juba Lapimaal toob suusatamine otsest sissetulekut umbes 40 miljonit eurot. Mootorsaanisõit 19 miljonit eurot ja kelgukoorte ning põhjapõtrade safari 10 miljonit eurot. (*Ibid.*: 45) Nüüdseks on need summad kindlasti veel kasvanud.

Norras on mitmed valitsused rakendanud isegi strateegiaid, et maakohtade arendamise teel soodustada loodusturismi (Rønningen 2011: 19).

Soomest ja Norrast õppust võttes tasuks sama tegevust kaaluda ka Eesti puhul.

Kuigi turismis on hooajalisus tõsiseks probleemiks, on seiklusturismis talviseid võimalusi pakkuvates sihtpaikades suurenenud külastajate hulga kasv talvekuudel ja seda mitte vaid suusatamiseks- soovitakse näha virmalisi, saada osa talvetegevustest ja näha arktilist elusloodust. (20 Adventure Travel Trends 2018: 29)

Süsteematilisi külastajate uuringuid kõigil puhkealadel on tehtud lisaks Soomele ka Taanis (Kettunen *et al.* 2012: 180). Taani metsi ja loodusalasid külastatakse aastas 110 miljonit korda ja kõige populaarsemad on külastajate seas metsad ja rannad (*Ibid.*: 180).

Skandinaavia uuringud õpetavad, et ka Eestis tasuks loodusturismi uurimisse tõsisemalt suhtuda, kasutades selle uurimiseks sobilikke mudeleid turismi majandusliku mõju hindamisel. Tuleks teha põhjalikke külastajauuringuid ja hinnata iga-aastast loodusturismi kasvu, mis Eestis praeguseks on teadmata. Kui Soome puhul tuleb suurim rahaline mõju külastuskeskustest mis on turismipiirkondades, siis aitaks ka Eestis maapiirkondade, kus loodusobjektid paiknevad arendamine. Arendada sealseid infrastruktuure ja täiustada toodete/teenuste pakkumist turistile, mis soodustaksid piirkonda jäämist ja seal ajaveetmist.

#### **1.1.6. Loodusturismi uuringud Eestis**

Eestis on loodusturismi käsitletud varem läbi erinevate autorite erineval viisil, kuid seda on tehtud vähe. Need uuringud on tänaseks üsagi vananenud, võrreldes Skandinaaviaga kus hoitakse loodusturismil peal põhjalikum ja tihedamini teostatavam ülevaade.

Aastal 2008 on tehtud „Eesti Loodusturismi pakkumise uuring“, mis on teostatud Consumetricu poolt EASi Turismiarenduskeskuse pakkumise kutsel. Töö keskendub ülevaatlikult Eesti loodusturismi pakkumisele ning selle käigus selgub loodusturismi sektori struktuur (ettevõtete suurus, käive, spetsialiseeritus, klientide arv jmt).

2013 aastal on tehtud Üllar Ehrliche poolt töö „Eesti loodusturism kui majandusharu“, milles tutvustatakse loodusturismi rahalise mahu hindamise metoodikat ning antakse ülevaade teenusepakkujatest, külastajate hulgast ja Eesti loodusturismi rahalisest mahust 2012 aastal.

2006 aastal on Eesti Maaturismi poolt koostatud „Loodusturismi toote turundusuuring Soome, Saksamaa ja Suurbritannia turgudel“, mille eesmärgiks oli välja selgitada antud riikide turgude reisikorraldajad (loodus-, seiklus- ja ökoturism), kellele tulevikus tutvustada/müüa Eestimaa loodusturismi toodet. Antud töö annab ülevaate Soome, Saksamaa ja Suurbritannia rahva huvist loodusturismi vastu (ootused, harjumused jmt). Töö annab ka hea võimaluse loodusturismi ettevõtjatele toodet/teenust planeerides mõelda läbi sihtgrupp, kellele antud toodet või teenust soovitakse pakkuda.

Samuti on tehtud erinevaid diplomitöid nagu näiteks: 2017 aastal Kristiina Roosild poolt „Eesti loodusturismi ettevõtete valmisolek pakkuda oma teenuseid väliskülastajatele“, kus selgub nagu ka Consumetricu koostatud töös loodusturismi ettevõtjate struktuur, kuid annab sellest nüüdseks värskema ülevaate.

Veel on tehtud diplomitöid nagu 2015 aastal Tarmo Pilvingu poolt „Säästev areng ja ökoturism kui arengusuunad Eesti loodusturismi ettevõtetele“ ja 2016 aastal Lina Kerli poolt „Loodusturismi pakkujate uuring ja teenuste süstematiseerimine Lõuna-Eesti näitel“, ning loodusturismi arenguvõimalusi käsitlevaid töid erinevate piirkondade näitel on veel.

## 2. METOODIKA

Antud magistritöö eesmärk on teada saada, milline on loodusturismi maht, milline on ettevõtjate poolne pakkumine ning klientide nõudlus. Kõigele sellele vastust otsides on allpool kirjeldatud magistritöö raames läbi viidud uuringud.

Metoodikaks on andme- ja kirjanduse analüüs ning struktureeritud veebiküsitlus ja -intervjuu.

Antud magistritöös uuritakse neid loodusturismiga seotud ettevõtjaid, kelle toode/teenus on üleval VP leheküljel (kuna internetikeskkond on muutunud reisi planeerimisel ja toodete/teenuste ostmisel üha olulisemaks). Tööst on välja jäetud ettevõtted, kes pakuvad ainult majutust või põhiliselt majutust, samuti toidlustust (vajavad edasist uurimist) kuna näiteks majutust pakkuva loodusturismi ettevõtte puhul ei või kindel olla kas tegu on ikka loodusturismi tõttu tehtud ööbimisega (näiteks majutus töölahetusel). Majutust pakkuvate ettevõtete käivet hinnates võib sellisel juhul suurem osa ettevõtte käibest olla tulnud just tänu majutuse pakkumisele, mitte loodusturismi teenuste müügist. Samuti on välja jäetud ettevõtted, keda lähemalt uurides (ettevõtte kodulehelt) selgus, et lisaks loodusturismile pakuvad nad näiteks ka kinnisvarahaldust, loomavedu, loomade müüki vmt. Välja on jäetud ka RMK pakutavad loodusteenused kuna RMK puhul on tegu riigitulundus ettevõttega ja seetõttu ei saa teda võrrelda erasektori toimimisega. Seetõttu on näiteks käibe puhul keeruline ka selgeks teha, milline osa sellest on tulnud tänu loodusturismile. Välja on jäetud ka edasimüüjad ning jahiturism kuna VP leheküljel on jahinduse kategooria kohta üleval vähe pakkumisi.

Kui muidu eeldab loodusturismi uurimine väga mahukat üleriigilist turistide küsitlust erinevates vanusegruppides madal- ja kõrghooajal, hiljem ka põhjalikku andmetöötlust (mis on magistritöö jaoks liiga mahukas), siis antud töös püütakse küsimusele vastus leida teiste meetoditega. See tähendab, et tööle on lisatud magistritöö tegemise huvides kitsendav raamistik.

Selleks, et uurida Eesti loodusturismi mahtu ja sellest tulenevat kasu on vaja selgeks teha, millistest toodetest/teenustest ja objektidest turist/klient kõige enam huvitatud on, milliseid

tooteid/teenuseid ja objekte kõige enam internetist otsitakse ning millistele ka kõige enam päringuid tehakse. Võib oletada, et enamasti turist neid kohti ja teenuseid, mida internetist otsib või millele päringu teeb ka üldjuhul külastab või kasutab. Samuti on vaja välja selgitada loodusturismi ettevõtjatelt kui paljude kliendile pakutavate toodete teenuste puhul tekib ost ja milliseid müügikanaleid veel kasutatakse.

Et veenduda selles, et VP leheküljel antud töö tegemisel ka ennast loodusturismi uuringuks õigustab on hinnatud läbi turismiinfokeskuste kui paljud nende piirkonna tooted/teenused ja objektid on VP leheküljel üleval. Kui on suurem osa, siis järelikult on kõik potentsiaalsed loodusturismi tooted/teenused ja objektid turistile leitavad (kuna VP leheküljel on peamine leheküljel, kus on üleval kõik Eestis pakutavad loodusturismi võimalused). Turismiinfokeskustest annab uurida ka külastajate huvi teenuste ja objektide vastu.

Antud töö uurib konkreetset turismi pakkumist, kuid tuleb arvestada, et loodusturismil on ka nõ „hall ala“ ehk siis näiteks edasimüüjad ja välismaised loodusturismi ettevõtjad, kes tulevad oma klientidega ja oma vahenditega ning viivad siin ise loodusmatkasid läbi, ilma kohapealset teenust kasutamata (näiteks Läti turismigrupp- küll aga jätavad ka nemad raha siia mingil määral ehk maha). See osa jääb meile loodusturismist hetkel siiski teadmata ning seetõttu vajaks ka see edasist uurimist.

## **2.1. Andmepäringud ja uuringud**

Visitestonia/Puhkaestis keskkonna olemuse selgitamiseks, tuleks mainida, et tegu on ühe ja sama leheküljega ning neid kahte eristab vaid keel. Visitestonia lehekülge on võimalik vaadata kuues erinevas keeles: inglise-, saksa-, soome-, läti-, vene- ja rootsi keeles. Puhkaestis on sama versioon vaid eesti keeles.

VP leheküljel kuulub EAS-i haldusesse ning läbi VP lehekülje on turismiettevõtjatel võimalik oma tooteid/teenuseid tasuta riiklikus turismiinfoportaalil turundada.

Tooted/teenused tõlgitakse turismiarenduskeskuse poolt kuude võõrkeelde kui pakkumine sobib välisturule. Lisaks on ettevõtjal võimalus läbi VP keskkonna olla kursis ülevaatliku

statistikaga, mis näitab ettevõtjale tema teenuse populaarsust võrreldes teiste VP leheküljel olevate pakkumistega.

Esimene andmepäring tehti 18.01.2018 Visitestoniasse, et saada vastused 2017 aasta loodusturismi toodete/teenuste ja objektide vaatamise kohta. Selleks sai eelnevalt Visitestonia leheküljelt loendatud loodusturismi tooted, teenused ja objektid teemalehtede kaupa (Tabel 1).

**Tabel 1.** Visitestonia lehekülje põhjal koostatud loodusturismi toodete/ teenuste ja objektide hulk

<b>Loodus ongi külastuse motivaator</b>	<b>Tegevus toimub looduskeskkonnas, aga pole esmane motivaator</b>
Rahvuspargid ja looduskeskused 17 tk Matkarajad 196 tk Loodusvaatlus ja matkad matkajuhiga 146 tk Linnuvaatlus 27 tk	Seiklus- ja meeskonnamängud 17 tk Ratsutamine 47 tk Jalgrattarent ja -matkad 70 tk Kalapüük 22 tk Kanu- ja paadiretked 81 tk Rannad ja rannapromenaadid 63 tk Süstaretked 35 tk
<b>Taristu</b>	<b>Atraktsioonid</b>
Vaateplatvormid 40 tk Pargid ja aiad 80 tk	Loomaaiad ja -pargid 22 tk Muuseumid ja galeriid 10 tk

Tuleb arvestada, et töö on tehtud ajavahemikus talv 2017- kevad 2018 ning VP lehel on tooted ja teenused ajas pidevalt muutuvad (st mõned uued lisanduvad ja vanad kustuvad), seega ei pruugi olla nüüdseks üleval enam töös kajastatud pakkumisi ning asemele on võinud tulla uusi. Antud tabel on koostatud 9.01.2018 ning praegused loendused võivad anda uusi vastuseid kuigi Visitestonia töötaja hinnangul on loodusturismi toodete/teenuste arv üsnagi vähe muutuv.

Visitestoniast oli eesmärk teada saada kui palju on aastas igal teemalehel asuvate objektide/toodete/teenuste kohta vaatamisi, millistest riikidest vaadatakse kõige rohkem teemalehtedel olevaid objekte/tooteid/teenuseid ning kui palju tehakse teenuste pakkujatele päringuid. Visitestoniast saadud andmete hindamiseks kasutati Microsoft Excelit.

Küsitlused turismiinfokeskustele ja loodusturismi ettevõtjatele on läbi viidud 2018 aasta veebruaris ja märtsis ning küsimustikud koosnesid 5-6 küsimusest (küsimustikud olid lühikesed, et soodustada vastajate hulka) ja saadeti laiali meili teel. Kui vastust ei saadud, saadeti küsimustik mõne aja möödudes uuesti (2-3 nädalase vahega). Saadud andmeid analüüsiti saamaks vastuseid uuringu eesmärkidele. Küsitluseks kasutati *Google formsi* ning küsitluses kasutati enamasti võimalust kirjutada iga küsimuse alla vabalt valitud mahus, et iga vastaja saaks edastada võimalikult palju informatsiooni. Küsimustikud on erladi välja toodud lisades 2 ja 3.

Esimene küsimustik (Lisa 2) oli suunatud turismiinfokeskustele ning selle eesmärgiks oli välja selgitada piirkondade loodusturismi ettevõtjate hulk, piirkonna loodusturismi objektide hulk, koha populaarseimad loodusturismi objektid ja teenused ning teada saada kas kõik antud koha loodusturismi tooted ja teenused on VP lehel üleval. Küsitlus saadeti 17le turismiinfokeskusele (Tallinn, Pärnu, Tartu, Paide, Võru, Rapla, Valga, Haapsalu, Viljandi, Hiiumaa, Saaremaa, Jõhvi, Põlvamaa, Rakvere, Jõgeva, Narva ja Otepää). Valim võeti VP lehelt.

Kuna pärast mitmeid meeldetuletusi oli kogunenud üsna vähe vastuseid (6 vastust), siis sai turismiinfokeskused ka läbi helistatud ning vastused küsimustele saadi intervjuu teel.

Järgmiseks sai saadetud online küsitlus (Lisa 3) loodusturismi ettevõtetele. Loodusturismi ettevõtteid leiti samuti VP leheküljelt.

Eesmärgiks oli teada saada kui paljud päringud on läbi VP lehekülje neile tulnud ning kui palju on nende loodusturismi ettevõttele kasu VP leheküljest teenuste pakkumisel. Samuti sai küsitud kui palju kasutavad nad oma teenuse pakkumisel Riigimetsa Majandamise Keskuse (RMK) hallatavat taristut.

Töös on välja toodud 13. märtsil Loodusturismi konverentsil esitatud RMK ettekande andmed, mis toovad välja matkaradade seiretulemused.

Töö käigus on tehtud ka põhjalik VP lehekülje uuring- hinnatud on loodusturismi teenuste hindasid ja kestust ning arvatud välja loodusturismi teenuse keskmine hind ja keskmine kestus. Samuti on loendatud loodusobjektid maakonniti ja hinnatud loodusturismi ettevõtete käivet (Inforegister.ee).

Antud töö aitab kaasa turismi arendamisel ning turismialaste otsuste tegemisel.



### 3. TULEMUSED

Magistritöö uuringute tulemused on selles peatükis toodud välja eraldi alapeatükkidena.

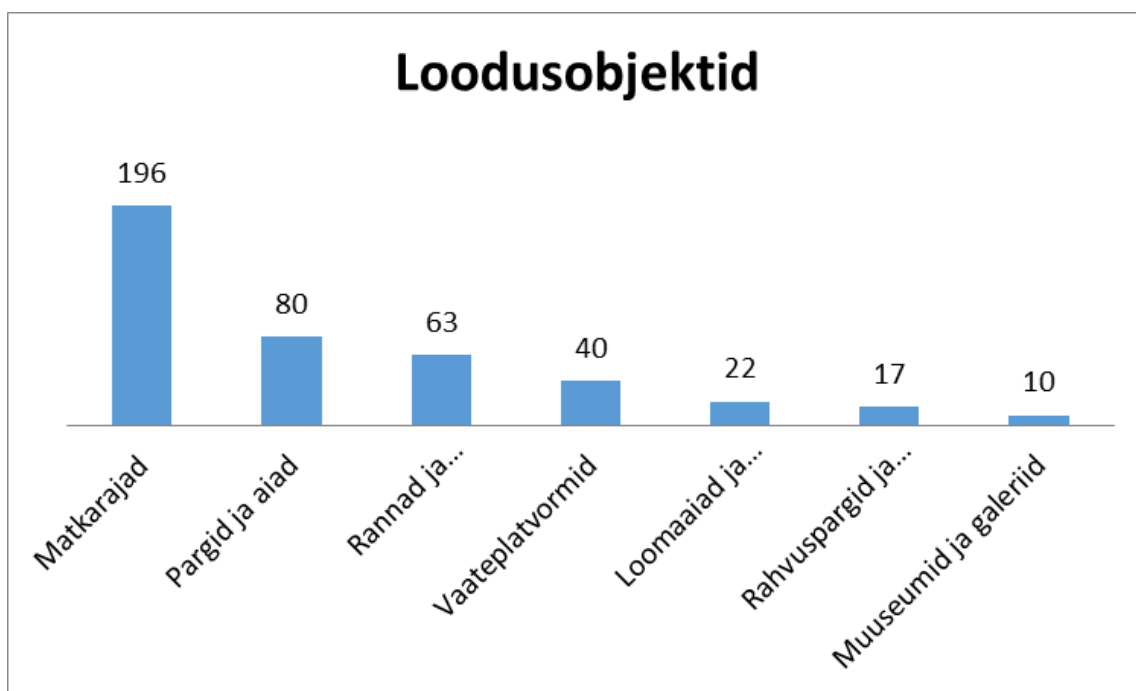
#### 3.1. Visitestonia tulemused

VP lehekülge on vaadeldud kõigis seitsmes keeles: inglise-, saksa-, soome-, läti-, vene-, rootsi- ja eesti keeles. Eesti keelne osa on eraldi aadressiga Puhkaestis.ee. Vaadeldud ajavahemik on 2017 aasta tervikuna (1. jaanuar-31. detsember).

Et tekiks ülevaade, milliseid pakkumisi üks või teine teemaleht sisaldab on need järgnevalt osaliselt välja toodud:

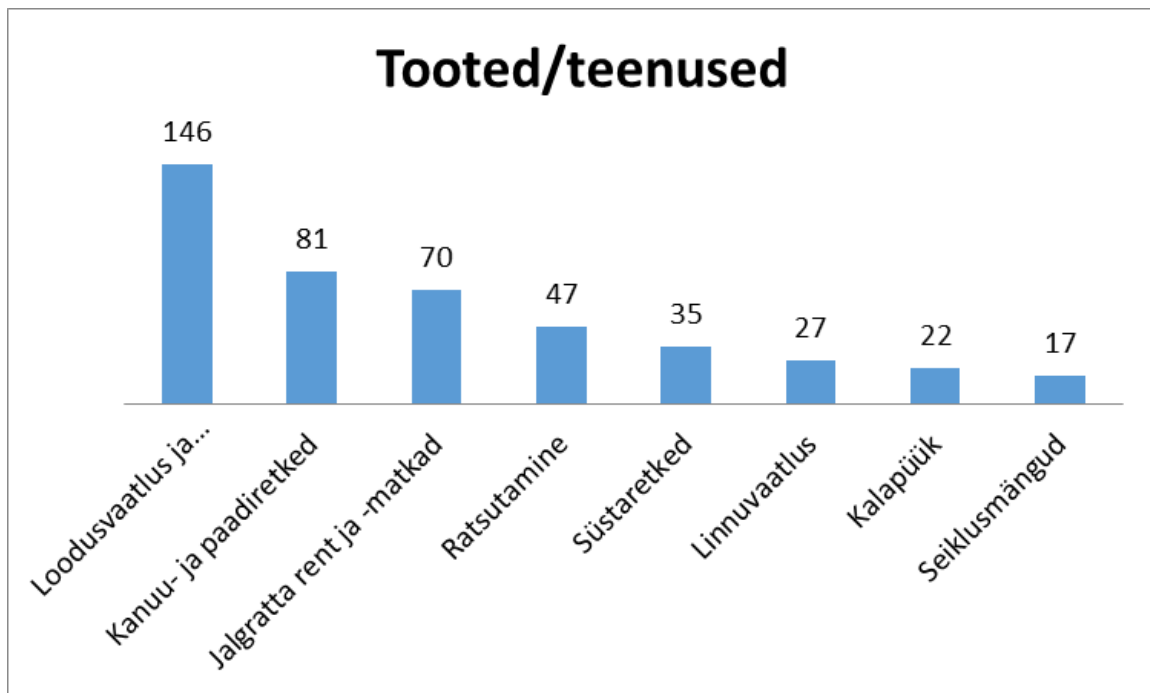
- Seiklus- ja meeskonnamängud: Seiklusmatk Aidus, Laternaga öises metsas, Meeskonnamäng Vooremaal, Kolmepäevane ellujäämiskursus metsas jt.
- Ratsutamine: Arma ratsatalu ratsaretk mere äärde, Mustamõisa hobumatkad, Ratsamatk Kalaoja talus, Ratsukievari ratsamatkad jt.
- Jalgrattarent ja –matkad: Matkajuhiga tõukerattamatkad Kõrvemaal, Rattamatk Lahemaa rahvusparki, Koivamaa loodust tutvustav jalgrattamatk, Fatbike rattamatk Türisalu pangale jt.
- Kalapüük: Tõeline kalastusmatk metsikus looduses, Kalaretked Võhandu jõel ja Peipsi järvel, Fishing Village kalagiidiga kalastusretk, Tolli turismitalu kalaretk Kihnu väinas jt.
- Muuseumid ja galeriid: Sagadi metsamuuseum, Piusa koobaste külastuskeskus, Järvemuuseum, Eesti Loodusmuuseum, Pernova Loodusmaja püsiekspositsioon, Tartu ülikooli loodusmuuseum, Tartu loodusmaja jt.

Loodusobjektidest on VP leheküljel kõige rohkem üleval matkaradasid (joonis 3.1), mida on 196. Kõige vähem on objektidest loodusega seotud muuseumeid ja galeriisid (10 tükki).



**Joonis 3.1.** Loodusobjektide osakaal Visitestonia leheküljel.

Teenuste pakkumise hulk (joonis 3.2) kategooriate kaupa annab hea ülevaate loodusturismi mahust Eestis. Loodusturismiga seotud teenustest on VP leheküljel üleval kõige enam loodusvaatlust ja matkasid matkajuhiga (146 tükki), kanuu- ja paadiretkesid (81 tükki) ning jalgrattarenti ja –matkasid (70 tükki). Kõige vähem on üleval loodusega seotud seiklusmänge (17 tükki).



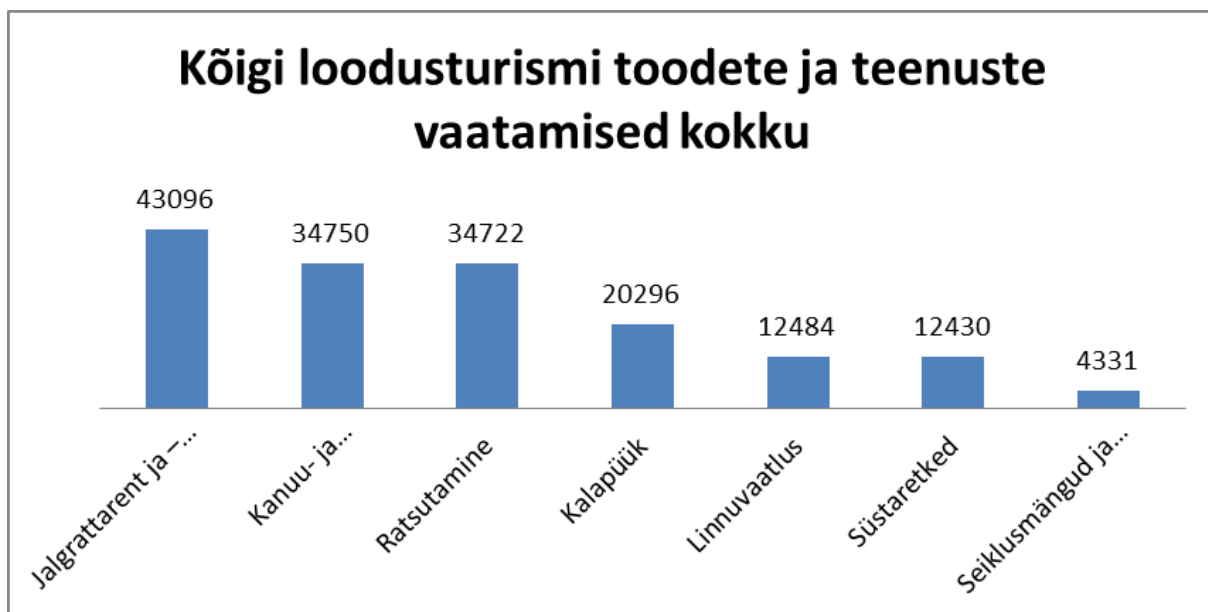
**Joonis 3.2.** Loodusturismiga seotud teenuste hulk Visitestonia leheküljel.

EAS-i töötaja sõnul ei ole teenuste ja objektide puhul lisatud kõiki erinevatesse keeltesse. Näiteks on pakkumisi, mis on VP lehel üleval vaid eesti keeles ja on olemas pakkumisi, mis on üleval vaid eesti- ja inglise keeles.

Visitestoniast saadud andmed näitavad, et aastal 2017 oli kõige vaadatuim loodusturismi toode/teenus „jalgrattarent ja –matkad“ (joonis 3.3). Sellele järgnes „kanuu- ja paadiretked“ ning „ratsutamine“, mis mõlemad olid üsnagi võrdväärse vaadatavusega (vahe 28 vaatamist). „Linnuvaatlus“ kui ka „süstaretked“ on olnud aastal 2017 üsnagi võrdväärse vaadatavusega (vahe 54 vaatamist). Kõige väiksema vaadatavusega on olnud „seiklus- ja meeskonnamängud“, erinedes populaarseimast 38 765 vaatamise võrra.

Antud joonistelt puudub „loodusvaatlus ja –matkad matkajuhiga“, mille puhul EAS-i töötaja sõnul puudub neil statistika tegemiseks antud kategoorial ühisnimetaja.

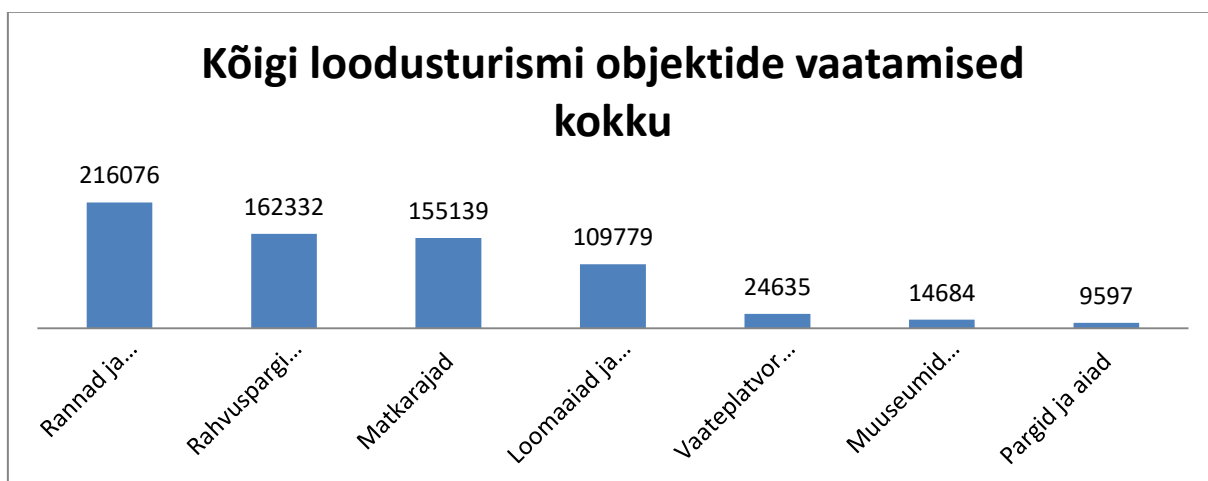
Kokku on vaadatud kõiki loodusturismi tooteid ja teenuseid 2017 aastal 162 109 korda.



**Joonis 3.3.** Kõigi loodusturismi toodete ja teenuste vaatamised kokku (kõik riigid).

Loodusturismi objektide puhul (joonis 3.4) on kõige enam vaatamisi randadel ja rannapromenaadidel. Sellele järgnevad rahvuspargid ja looduskeskused ning matkarajad. Kõige vähem on vaadatud parke ja aedasid, mille erinevus populaarseimast on 20 6479 vaatamist.

Kokku on vaadatud kõiki loodusturismi objekte 2017 aastal 692 242 korda.

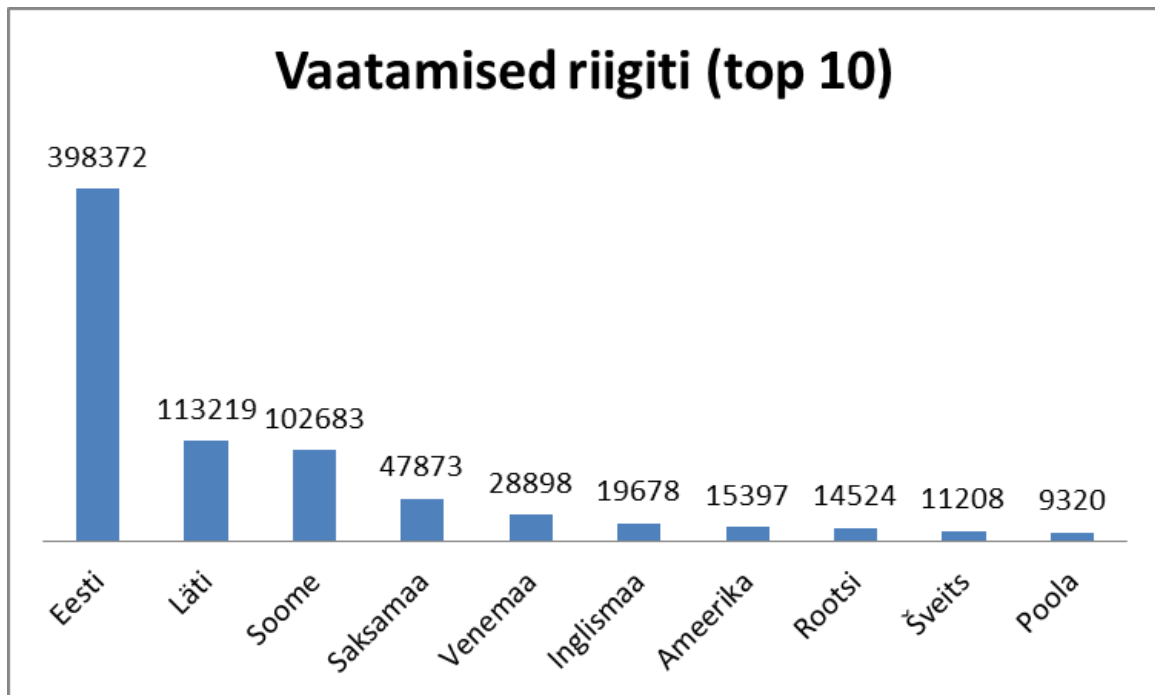


**Joonis 3.4.** Kõigi loodusturismi objektide vaatamised kokku (kõik riigid).

Vaatamiste top 10 puhul (joonis 3.5) on arvestatud kõikide erinevate teemalehtede vaatamised riigiti kokku. Kõige rohkem on vaatamisi tehtud Eestist ja nii ka kõigi

erinevate teemalehtede puhul eraldi. Eestile järgneb Läti, mille vaatamisi on erinevalt Soomest 10 536 korda rohkem.

Riigiti vaatamiste puhul võivad olla ka näiteks Eestist vaatamised tehtud välismaalaste poolt. Näiteks Visitestonia infokioskist, mis asuvad turismiinfopunktides.



Joonis 3.5. Vaatamiste top 10 riigiti.

2017 aastal oli Visitestonia leheküljel üle 5,23 miljoni külastuse (Jors 2018: 11), millest loodusturismi tooteid/teenuseid ja objekte on vaadatud 854 351 korda 119 erinevast riigist. See teeb loodusturismi toodete/teenuste ja objektide vaatamiseks aastas 16,3% teistest teenustest ja objektidest.

Tabelis 2 on välja toodud populaarseim teenus/objekt teemalehel ning vaatamiste hulk riigist, kust kõige enam on antud teenust/objekti vaadatud.

**Tabel 2.** Populaarseimad teenused ja objektid riigiti teemalehtedel

Teemaleht	Populaarseim objekt/teenus teemalehel	Riik	Vaatamisi
Loomapargid ja -aiad	Alaveski loomapark	Eesti	5302
Rahvuspargid ja looduspargid	Lahemaa rahvuspark	Eesti	5140
Vaateplatvormid	Suure Munamäe vaatetorn	Läti	5103
Matkarajad	Kakerdaja raba matkarada	Eesti	3709
Rannad ja rannapromenaadid	Pärnu rand	Soome	3559
Muuseumid ja galeriid	Piusa koobaste külastuskeskus ja muuseumi koobas	Läti	2178
Jalgrattarent ja -matkad	Citybike rattarent	Soome	1431
Kalastamine	Kalastamine Peipsi järvel	Läti	1245
Ratsutamine	Tihuse hobuturismi talu	Soome	1120
Kanuu- ja paadimatkad	Kanuumatkad Soomaa rahvusparki ülejutusosal	Läti	772
Linnuvaatlus	Haapsalu tagalaht ja promenaadi linnuvaatlustorn	Eesti	585
Süstaretked	Süstamatkad Aidu karjääris	Eesti	572
Seiklus- ja meeskonnamängud	Aardejaht Käsms	Eesti	485

Et teada saada paljud VP lehel olevatest loodusturismi teenustest saavad ka reaalselt ostudeks on osadel pakkumistel ka „telli“ (inglise keeles *request information*) nupp, mille vajutamine ei pruugi küll tähendada kohe ostuks muutumist. Läbi „telli“ vajutuse, läheb Visitestonia keskkonnast päring ettevõttele ja Visitestonia lehekülge ise otsene müügikeskkond ei ole. „Nupp“ on seadistatud 2017 aasta 1.aprillist ning kokku on „Telli“ nuppu vajutatud 2017 aasta 1. aprillist kuni 31. detsembrini 116 699 korda. Kahjuks antud „telli“ kohta ei ole võimalik saada ühekaupa statistikat ning seda ei saa ka eraldi loodusteemaliste pakkumiste kohta. Seetõttu on EAS-i töötaja sõnul see üldise indikatsiooni alusel umbes 2,6%, mis teeb terve aasta kohta umbes 3% ehk 4863 päringut.

### 3.2. Hind ja kestus

Järgnevalt sai hinnatud VP leheküljel olevate loodusturismi toodetete/teenuste hindasid ja kestust.

Uurides VP lehelt linnuvaatlust võis märgata, et enamik pakutavatest võimalustest on linnuvaatlustornid, mida võib vastavalt soovile tasuta aastaringselt külastada. Osadele linnuvaatlustornidele on lisatud ka meiliaadressid, mille kaudu ehk annab endale leida soovi korral giiditeenus. Leiduvad ka mõned üksikud tasulised teenused nagu „Linnuvaatlus koos Nature Tours-iga“, „Sagadi mõisa kevadine linnuvaatlus“ ja „Retk ja piknik Lahemaal“.

Nature Tours pakub mitmepäevaseid linnuvaatlustuure, mis sisaldavad nii transfeeri, majutust, toitlustust kui ka proffesionaalset linnugiidi teenust. Hind täiskasvanule algab 595 eurost. Ka teenus „Sagadi mõisa kevadine linnuvaatlus“ pakub täispaketti, mis sisaldab majutust, kolme söögikorda, transporti, juhendajatasu ja jalgratta laenutust. Pakett on VP lehel ilma hinnata. Helistades teenuse pakkujale selgus, et pakett on aegunud ning pakkumisel on uus linnuvaatluse pakett, mida kahjuks VP lehel üleval ei olnud. Pakkumises Sagadi mõisa poolt päevane linnuvaatluspuhkus perele, mis sisaldab samuti toitlustust, linnugiidi teenust ning hinnaks 166 eurot.

Ka teenusel „Retk ja piknik Lahemaal“, mis pakub 3 tunnist retke mööda ürgset männimetsa ja piknikku mere ääres, jääb selgusetuks teenuse hind, mis antud kuulutusele on jäänud lisamata. Kahel linnuvaatluse teenusel, millele on lisatud nii hind kui ka kestus, tuleb keskmiseks teenuse hinnaks ja kestuseks (tabel 3) 28.- ja 3,5 tundi (arvestatud ei ole pakette).

Linnuvaatluse pakkumisi vaadates võiks pakkumises üleval olla rohkem giiditeenuseid, sest VP linnuvaatluse lehel on üleval palju linnuvaatlustorne, mida võiks kasutada proffesionaalse linnuvaatluse teenuse pakkumisel. Kui oleks üleval rohkem teenuseid nii ühepäevalisi, mitmepäevalisi, gruppidele kui ka väiksematele seltskondadele, oleks teenust kergem osta ka mitte nii oskuslikel huvilistel (kes sooviksid juhendamist, mitte iseseisvat linnuvaatlustorni külastust). Teenust pakkudes võiks tunda huvi ka see, kes lihtsalt linnuvaatlustorni kui objekti puhul ei pruugi linnuvaatluse peale tullagi.

Väikene teenuste pakutavus võib tuleneda ka aastaajast, mil linnuvaatluse hinnad ja kestus sai hinnatud (veebruari lõpp), samas tuleb arvestada ka sellega, et kaugemalt tulevad linnuvaatlejad soovivad oma kevadisi linnuvaatlusplaane juba enne kevadet paika panna.

Erinevad ratsutamise võimalused VP lehel pakuvad võimalusi ajaveetmiseks looduses-metsas ja rannas. Ratsutamise hinnad on vahemikus 10-40 eurot. Neist enamus jäävad 20

euro sisse ning vähesed on 10 eurot ja 40 eurot. Enamikel on kestus määramata, kuid üksikutel 20 eurostel on kestuseks märgitud 1 tund (võib oletada, et see on väljakujunenud ratsutamise hind tunnisele sõidule ja selle kestuse võib üle kanda ka teistele pakutavatele samas hinnaklassis olevatele teenustele).

Seiklus- ja meeskonnamängude hinnad ja kestused on väga erinevad, kuid enamike kestus inimese kohta on 2-3 tundi ja hinnaks 6-25 eurot. Vaid üks „Kolmepäevane ellujäämiskursus metsas“, mis kestab 72h maksab 149 eurot inimese kohta. Seiklus- ja meeskonnamängude grupihinnad, millest enamike kestus on 2-3 tundi, jäävad hinnavahele 30-369 eurot. 24 tunnised maksavad 500/800 eurot.

Kuna pargid ja aiad on enamik avatud alad, siis on nendest paljud tasuta (n. mõisapargid kus leidub palju erinevaid puuliike ning oma vana ning metsistunud väljanägemisega pakuvad külastajatele võimalust aega veeta looduses). Mitmed mõisapargid on loonud oma aladele ka loodusõpperadasid nagu näiteks Alatskivi ja Kilti mõis. Kuid parkide ja aedade puhul on ka üksikuid tasulisi pakkumisi nagu näiteks botaanikaaiad ja taimeaiad, mille hind on 3-6 eurot.

Loomaaedade ja loomaparkide hindadeks on keskmiselt 5 eurot.

Muuseumide ja galeriide hinnad jäävad 1-6 euro vahele (keskmine hind 3,4 eurot), mida võib pidada väga soodsaks.

Loodusvaatluse matkad matkajuhiga hinnad inimese kohta jäävad 4-139 euro sisse (keskmine hind 27,7 eurot) ja kestus 1-7 tundi (keskmine kestus 3 tundi) kuid on ka 1-2 päevaseid matkasid ning nendel on ka hinnad kallimad (n. 139 eurot). Grupihinnad jäävad 60-200 euro vahele.

Kalapüügi hinnad jäävad 100-240 euro vahele, millest 240 euro on grupihind. Teenuse kestuseks on 1-8 tundi ja kuni terve päev.

„Jalgrattarent ja –matkad“ nagu nimigi ütleb pakub nii renti kui ka matkasid ning sellest sõltuvalt tuleneb ka hind. Jalgratta rendi hinnad jäävad 2-5 euro vahele.

Pakutavate jalgrattamatkade kestused on 1-9 päeva ning konkreetset hinda on raske välja tuua kuna paljud teenuse pakkujad on jätnud hinna lisamata ning mõndadele pakkumistele on lisatud, et hind sõltub kestusest ja osavõtjate arvust.



Küll, aga saab näiteks tuua üksikute matkade kestused ja hinnad. Näiteks kolme tunnine Fatbike rattamatk Türisalu pangale maksab ühele inimesele 39 eurot, kaheksa tunnine Koivamaa loodust tutvustav jalgrattamatk maksab 10 eurot, ühe päevane jalgrattamatk Lahemaa rahvusparki ühele maksab 19 eurot, kolme päevane rattamatk Lahemaa rahvusparki 109 eurot ja kõige pikema kestusega pakkumine nagu üheksa päevane rattamatk Lääne- Eestis, mis maksab ühele 420 eurot. Viimase hind sisaldab lisaks matkale ja rattale ka majutust ja hommikusööke.

Kanuu- ja paadimatkade puhul on ühepäevaste keskmiseks hinnaks 20 eurot. 1-5 tunniste matkade hinnaks on keskmiselt 22,5 eurot.

Süstaretked mis on ühepäevased, kestavad enamasti 2- 3,5 tundi ja nende hinnaks on keskmiselt 36 eurot. Kahepäevaste süstamatkade keskmine hind on 53 eurot. Süstamatkad, mis on lisatud grupihinnaga, jäävad 140-270 euro vahele ning kestuseks keskmiselt 4 tundi.

Hindasid ja kestusi uurides võib öelda, et paljudel on lisamata teenuse hind ja kestus, mis võib saada määravaks toote/teenuse tellimisel. Kindlasti tuleks ettevõtetele kasuks toodete/teenuste pakkumisel hinna olemasolu.

Paljud teenused on pakkumises minimaalse osalejate arvuga ning nagu teenuseid hinnates näha võis on kestust üsnagi raske määrata, olenedes teenuse pakkuja sõnul klientide soovist ning ootustest (teenustele lisatud „Täpne hind selgub teenuseosutajaga konsulteerimisel“). Kuid siiski lisaks umbkaudne hind kuulutusel, näiteks ühele inimesele ühe tunni kohta kliendile hea ülevaate ning soodustaks rohkem teenuse tellimist.

Tabelis 3 on välja toodud loodusturismi teenuste/objektide keskmine hind ja kestus. Hind on arvestatud ühe inimese kohta, välja on jäetud grupihinnad ja paketid. Kestuste puhul on arvestatud neid, mis kestavad kuni 1 päev kuid kõikidel toodetel/teenustel leidub ka üksikuid mitmepäevaseid. Näiteks on kõige pikem teenus „Rattamatk Lääne- Eestis“, mis kestab 9 päeva ning millel on ka ühe inimese kohta kõikidest teenustest kõige kallim hind 420 eurot.

**Tabel 3.** Loodusturismi keskmine hind ja kestus

Teenus/objekt	Hind	Kestus
Kalapüük	153	4 h
Süstaretked	43	3 h
Seiklus- ja meeskonnamängud	30,8	3 h
Jalgratta matkad	29,3	4 h
Linnuvaatlus	28	3,5 h
Loodusvaatlus ja -matkad matkajuhiga	24	3 h
Ratsutamine	21	1 h
Kanuu- ja paadiretked	21	3 h
Jalgratta rent	5,6	määramata
Loomaaiaid ja -pargid	5	määramata
Pargid ja aiad	5	määramata
<b>Keskmine</b>	<b>33</b>	<b>3 h</b>

Loodusturismi teenus Eestis maksab keskmiselt ühe inimese kohta 33 eurot ja kestab keskmiselt 3 tundi.

### 3.3. Käive

Loodusturismi ettevõtete käivet sai hinnatud Inforegistrist (Inforegister.ee), selleks sai eelnevalt leitud loodusturismi teenuste pakkujad VP leheküljelt. Kokku leiti VP leheküljelt 81 loodusturismi ettevõtjat (Lisa 1), millest 63 olid OÜ-d, 9 MTÜ-d, 6 FIE-d, ja 3 sihtasutused. Tugeva ülekaaluga on osaühinguid. Kõigist 81-st ettevõttest oli 2016 aasta käive välja toodud suuremal osal ettevõtetest ehk 52-l. Kuue ettevõtte puhul oli teada vaid 2015 aasta käive ja 9-l vaid 2017 aasta prognooskäive. 11-ne ettevõtja käive jäi teadmata, kellest 7 on OÜ-d.

Kui arvestada kõigi ettevõtete teadaolev käive kokku, siis saab summaks 2 606 572.-, millest 2 112 561.- on 2016 aasta käive.

Ettevõtetest 37 käive jääb 10 000.- kuni 79 933.- vahele. Vaid seitsme käive on üle 120 000.- ning 22 ettevõtte käive jääb tuhandete piiresse.

Käibe puhul tuleb arvestada, et ettevõtte käive võib sõltuda ka sellest, millal ettevõtte tegutsema hakkas. Näiteks on teada, et MTÜ Teadlikud Elamused 2016 aasta käive on väike, kuna ettevõtte on loodud sama aasta kevadel ja antud juriidilise ettevõtte alt midagi suvega teha ei jõutudki.

### **3.4. Turismiinfokeskuste uuring**

Turismiinfokeskustele (TIK) suunatud küsimustik koosnes 6 küsimusest. Kokku vastas küsimustele 17-st turismiinfokeskusest 13. Mitmed järgnevad vastused on antud turismiinfokeskuste poolt hinnanguliselt (statistikat ei tehta ja objektide loetlemiseks kasutavad nemadki VP lehekülge) ning saadud vastused olid väga mitmeti erinevad (kes vastas numbriliselt, kes loetles, kes suunas VP lehele).

Uurides Turismiinfokeskustelt kui palju on nende piirkonnas loodusturismi tooteid/teenuseid sain enamikelt vastuseks, et kõik nende piirkonna loodusturismi tooted/teenused ja objektid on üleval Visitestonia leheküljel.

Kuigi tasuks mainida, et EAS teeb VP leheküljele minevate toodete/teenuste ja objektide puhul ka kvaliteedikontrolli, see tähendab, et pakutavad teenused ja objektid peavad vastama ka teatud kvaliteedile.

13st 5 kes andsid numbrilise vastuse, pakkusid oma piirkonna loodusturismi toodete/teenuste hulgaks keskmiselt 30-50 (Tartus ka 80 ja Pärnus 155). 13-st 2 vastasid järgmiselt:

*„Kindlasti on loodusturismi pakumisi piirkonnas kordades rohkem kui Visitestonia veebilehel üleval, kuna arvan, et kõiki ühe ettevõtte erinevaid matku üleval ei ole.“*

*„Meil on majutusettevõtteid, kes pakuvad oma klientidele lisateenusena loodusturismivõimalusi. Meie teame, et nad neid pakuvad, aga ametlikult neid teenuseid Visitestonia leheküljel üleval ei ole ja niisama piirkonnas olivad neid võimalusi kasutada ei saa. Näiteks pakuvad nad klientidele matkasid matkaradadel ja kalapüüki.“*

Piirkonna loodusturismi teenuste pakujate kohta uurides, pakkusid 13-st 4, et nende arv jääb 10-15 ettevõtja piiresse. 3 turismiinfokeskust arvas, et neid on 15-20 ringis. Kõige vähem pakkus Saaremaa (5-6) ja kõige rohkem Pärnu (66). Üks turismiinfokeskus vastas:

*„Turismiga tegelevaid ettevõtteid on mitmeid erinevaid, aga kõik ei reklaami ennast loodusturismi pakkujatena. Lähtuvalt sellest, et ettevõtjad ei reklaami ennast loodusturismi ettevõtjatena, siis tundub ettevõtjaid piirkonnas vähe.“*

Loodusturismi objektide arvu teadasaamiseks soovitati neid vaadata Visitestonia leheküljelt- seal pidid kõik nende piirkonna objektid üleval olema. Ka ei olnud üks turismiinfokeskus teadlik objektide arvust tänu maakonna piiride muutuse tõttu:

*„Kuna maakondade piirid muutusid, ei ole ma jõudnud veel kõigi teise maakonda läinud ja meile juurde tulnud objektidega tutvuda. Pole ka statistikat selle kohta pidanud.“*

Kui palju tooteid/teenuseid on üleval Visitestonia leheküljel ja kui palju ei ole, vastasid turismiinfokeskused järgmiselt:

*„Üleval ei ole väiksemaid metsaonne ja lõkkekohti ning matkaradasid, mis ei vasta standarditele.“*

Ka mainib mitte standarditele vastavaid objekte mida üleval ei ole teine turismiinfokeskus, kuid lisab siis:

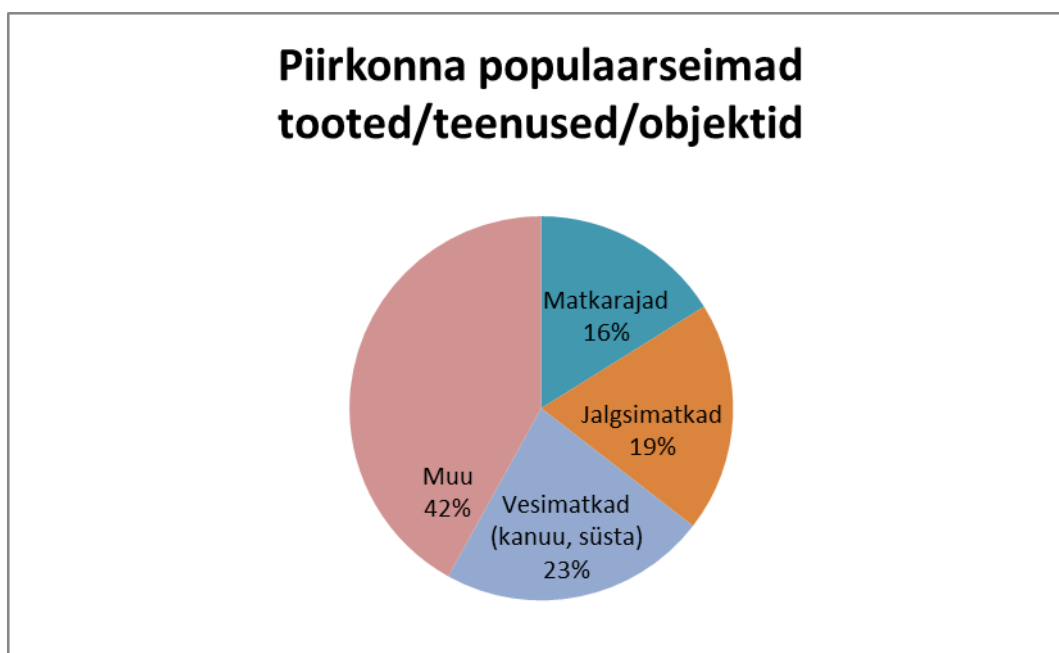
*„...aga need on täiesti külastatavad ja neid külastatakse sellegipoolest.“*

Kuna ettevõtjatele on info lisamine VP leheküljele vabatahtlik, siis ei olda teadlikud sellest kui palju on neid tooteid/teenuseid, mida üleval ei ole. Pärnu turismiinfokeskuse sõnul on selliseid väikeseid kohalikke teenuseid ehk paar protsenti.

Raplamaa turismiinfokeskuse sõnul lisab maakonna siseselt olulised teenused üles turismiinfokeskuse töötaja.

Piirkonna populaarseimate loodusturismi objektide/toodete/teenustena tuuakse lisaks piirkonna vaatamisväärsustele välja kõige enam vesimatkad (23%) (joonis 3.6), jalgsimatkad (19%) ja matkarajad (16%). Matkaradadest on huvitatud ka jalgratturid. Vesimatkadest ollakse huvitatud nii kanuu- kui ka süstamatkadest. Muu hulka on arvestatud vähem esinenud vastused nagu hülgevaatlus (mida mainis nii Hiiumaa kui ka

Saaremaa turismiinfokeskus), koerarakendimatkad, meeskonnamängud, laevasõidud, tõukekelgumatkad, ellujäämiskursused, linnuvaatlus ja ratsamatkad.



**Joonis 3.6.** Piirkonna populaarseimad tooted/teenused/objektid.

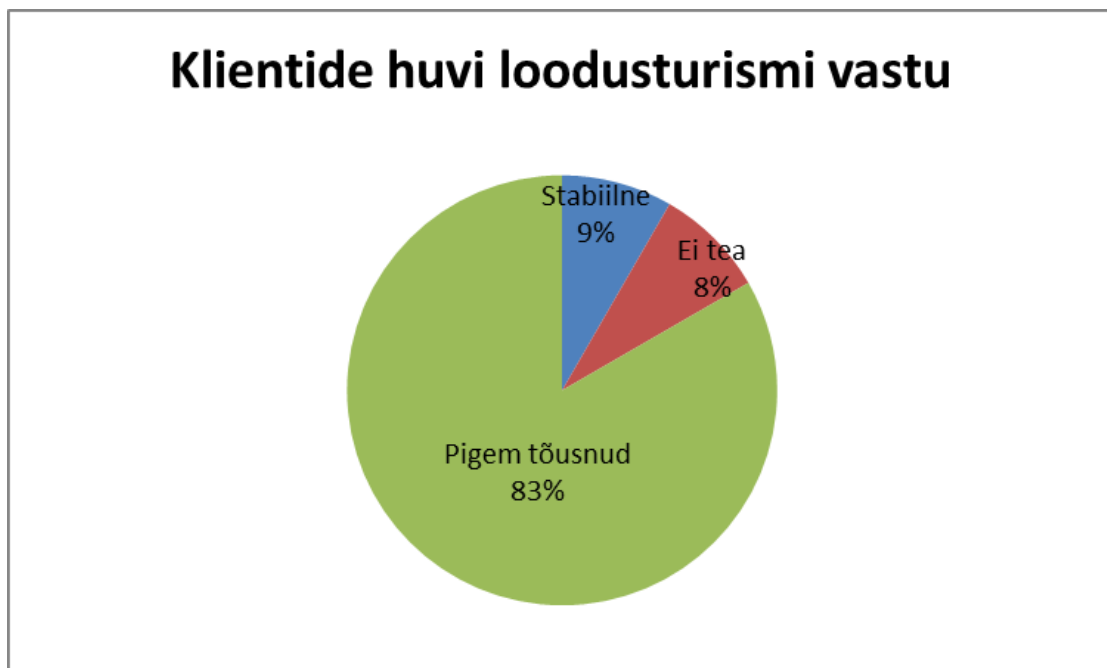
Tabelis 4 on välja toodud piirkonna kõige populaarsemad kohad, mille kohta turismiinfokeskustest kõige enam küsitakse. Tabelisse ei ole arvestatud tooteid/teenuseid.

**Tabel 4.** Piirkonna kõige populaarsemad objektid

Piirkonna kõige populaarsemad objektid	
Jõgeva	Endla looduskaitseala, Põltsamaa roosiaed
Paide	Kõrvemaa rabad, Norra allikad
Põlvamaa	Taevaskoja, Meenikunno raba
Pärnu	Soomaa ja Matsalu rahvuspark, Tolkuse matkarajad, Kihnu saar, Valgerand, alpafarm
Rakvere	Lahemaa rahvuspark
Raplamaa	Mukri raba vaatetorn
Saaremaa	Kaali, Panga pank, Vilsandi, Sõrve sääre
Tallinn	Lahemaa rahvuspark, Jägala juga, Keila juga, Türi salu pank, Lahemaa mererannik, Aegviidu, Paasiku koortemõis
Tartu	Emajõgi, Piirissaar
Viljandi	Viljandi lossipark, Soomaa rahvuspark
Võru	Rõuge ööbikuorg, Pesapuu vaatetorn, Hinni kanjon, Piusa ürgorg, Suur Munamägi,

Turismiinfokeskustelt sai küsitud, kas viimase viie aasta jooksul on külastaja huvi piirkonnas loodusturismi vastu pigem tõusnud või langenud (joonis 3.7). Kokku vastas küsimusele 12 turismiinfokeskust. 10 hinnangul on huvi pigem tõusnud. Turismiinfokeskuste sõnul tunneb klient üha enam huvi aktiivsete tegevuste vastu.

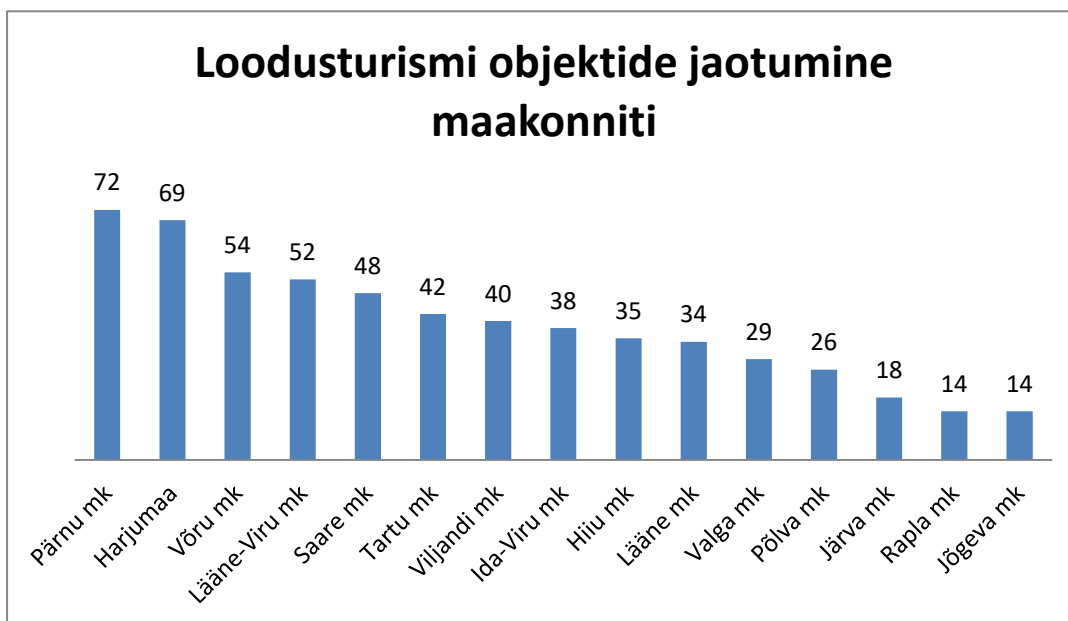
*„Kui varem istuti lõkkekoha ümber, siis nüüd tahetakse aktiivset tegevust ja ka firmad võtavad erinevaid aktiivseid tegevusi ajaveetmiseks. Sõidetakse tõukekelkudega, tõukeratastega jne.“*



**Joonis 3.7.** Klientide huvi piirkonnas loodusturismi vastu.

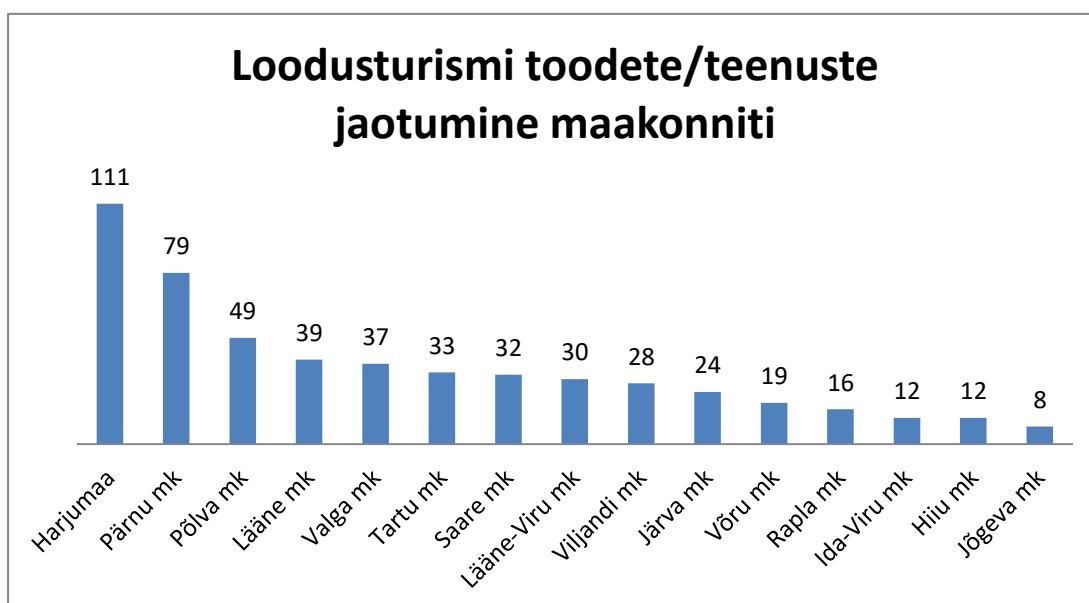
### **3.5. Loodusturismi jaotumine maakonniti**

Loodusturismi objekte (linnuvaatlustornid, looduskaunid kohad, matkarajad jms) on kõige enam Pärnu maakonnas ja Harjumaal (joonis 3.8). Ka on suurel hulgal loodusobjekte Võru- ja Lääne-Viru maakonnas. Teistes piirkondades on loodusobjektid jaotunud üsnagi võrdväärselt. Kõige vähem on loodusturismi objekte Jõgeva-, Rapla- ja Järva maakonnas.



**Joonis 3.8.** Loodusturismi objektide jaotumine maakonniti.

Kõige rohkem on loodusturismi tooteid/teenuseid (joonis 3.9) pakkuda Harjumaal (111 teenust) ja Pärnu maakonnas (79 teenust). Kõige vähem leidub loodusturismi teenuseid Jõgeva maakonnas. Ka Ida- Virumaal, Hiiu-, Rapla- ja Võru maakonnas on pakutavate teenuste hulk madal, jäädes alla 20 teenuse piirkonna kohta. Teiste puhul on teenuste hulk maakonnas jaotunud üsnagi võrdväärselt.



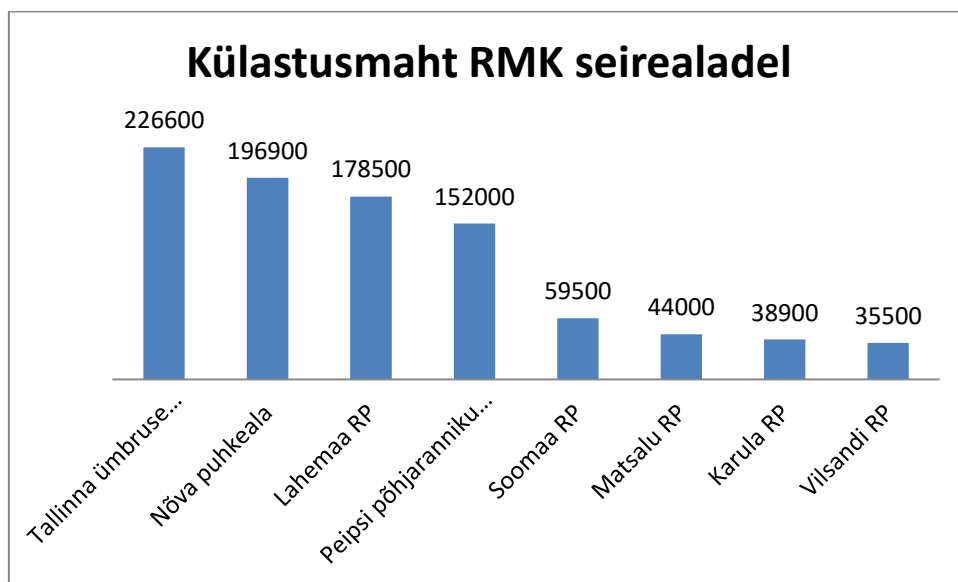
**Joonis 3.9.** Loodusturismi toodete/teenuste jaotumine maakonniti.

### 3.6. Riigimetsa majandamise keskuse seire andmed

RMK pakub looduses liikumise võimalusi 13 puhkealal ja viies rahvusparkis. Loodusesse on rajatud matkaradu, lõkkekohti, telkimisalasid, metsaonne ja metsamajasid. Lisaks kuulub RMK hallatavate objektide hulka ka Sagadi mõis koos seal paikneva metsakeskusega, kuhu kuulub metsamuuseum ja looduskool. (RMK)

Rahvusparkide ja puhkealade külastajate arv on hea indikaator loodusturismi jaotumisele ja selleks, et näha külastajate huvi looduse vastu.

Eestis viib puhke- ja kaitsealadel külastusmahu seiret läbi Riigimetsa majandamise keskus elektrooniliste ja mehhaaniliste loendurite abil aastast 2002 (Karoles- Viia 2018: 7). Seiretulemuste hinnangul (joonis 3.10) tehti Lahemaa rahvusparki 2017 aastal 178 500 külastust, Soomaa rahvusparki 59 500 külastust, Matsalu rahvusparki 44 000 külastust, Karula rahvusparki 38 900 külastust ja Vilsandi rahvusparki 35 500 külastust. Tallinna ümbruse puhkealasid külastati 2017 aastal 226 600 korda, Nõva puhkeala 196 900 korda ja Peipsi põhjaranniku puhkeala 152 000 korda. (*Ibid.*: 8)



Joonis 3.10. Külastusmaht RMK seirealadel.

Ka viiakse aastast 2002 läbi külastajauuringuid, mille viimaste andmete hinnangul on puhkealade külastaja keskmine vanus 39,5 aastat ning protsentuaalselt on 29% külastajagruppidest 25-34 aastased ning 27% 35-44 aastased.



65% külastajagruppidest on 2-5 liikmelised, 23% üle 6 liikmelised ja 12% matkavad üksi. Enamasti käiakse puhkealadel pereliikmete või sõpradega. (*Ibid.*: 11)

2015 aastal olid 87% puhkealadel viibijatest eestlased, ülejäänud 13% külastajatest olid Saksamaalt, Soomest ja Lätist. Rahvusparkides viibis 2015 aastal eestlasi 74% ja ülejäänud 26% olid Saksamaalt, Soomest ja Hollandist. (*Ibid.*: 12)

52% vastanutest olid päevased reisijad ning 48% vastanutest jäid puhkealale ööbima. Infot puhkealade ja rahvusparkide kohta saadakse sõpradelt, tuttavatelt, sugulastelt ja RMK koduleheküljelt. (*Ibid.*: 13)

Põhilisteks tegevusteks puhkealadel ja rahvusparkides 2015 aastal oli looduse vaatlemine, jalutamine, ujumine, telkimine ja pikniku pidamine (*Ibid.*: 14).

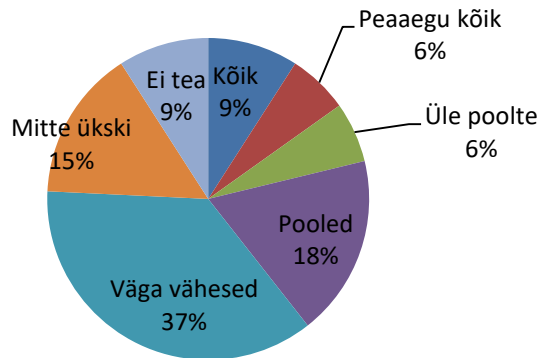
Küsitlusele vastanutest kasutasid piirkonnas raha 47% külastajatest ning keskmiselt kulutati 59,41 eurot. Oste tehti kauplustest, bensiinijaamadest, kohvikutest ja restoranidest, samuti maksti majutuse eest. 60% jaoks oli piirkond, kus uuring tehti reisi ainus või kõige tähtsam sihtpunkt. (*Ibid.*: 17)

### **3.7. Loodusturismi ettevõtjate uuring**

Loodusturismi ettevõtjatest vastas küsimustikule 35 ettevõtet 81-st.

Loodusturismi ettevõtjatelt sai küsitud kui paljud päringud, mis nende ettevõttele tulevad läbi Visitestonia keskkonna ka reaalselt ostudeks vormub. Vaid 9%-l vastajatest vormuvad ostuks kõik Visitestonia päringud (joonis 3.11). 6%-l vastajatest vormub ostuks peaaegu kõik päringutest. Sama suurel hulgal (6%) vastajatest vormub ostuks üle poolte ja 18%-l pooled Visitestonia päringud. See teeb positiivseks vastuseks 39%, kus kõik või kuni pooled päringutest vormuvad toote/teenuse ostuks. 37% hinnangul saavad ostudeks vaid väga vähesed (näiteks: mõned üksikud või 1-2) ning 15% hinnangul isegi mitte ükski päringutest.

### Paljud Visitestonia päringutest saavad reaalselt ostudeks?



**Joonis 3.11.** Kui paljud Visitestonia lehekülje päringutest saavad reaalselt ostuks.

9% vastajatest ei teadnud paljud ostud saavad reaalseks just tänu Visitestonia leheküljele, lisades:

*„Kindlasti on päringuid, mis tehakse keskkonnast võetud kontaktile otse (e-kiri, Facebook, helistamine, kodulehekülg) ja nende arvu ei oska öelda.“*

*„Senini ei ole ühtegi päringut läbi keskkonna tulnud, pigem võetakse sealt kontakt ja võetakse otse ühendust. Need päringud on väga kindlad ja senini on realiseerumisprotsent kõrge.“*

*„Kuna Visitestonia päringud tulevad meile otse postkasti ilma märgistuseta, siis juhul, kui kliendid e-mailis ise ei maini, et leidsid meid sealt, on meil väga raske arvet pidada selle üle.“*

*„Päringuid tuleb väga vähe ja üldiselt jäävad vaid päringuteks. Teadmata on aga nende inimeste hulk kes sealt info peale helistavad.“*

Ka saab ühe ettevõtja sõnul ostuks realiseerumisel määravaks matkale määratud miinimum grupi suurus:

*„Tihtipeale saadetakse päring matkale, kus on määratud miinimum rahvaarvuks 15 ja soovitakse tulla kahekesi, siis ei vii see tulemuseni.“*

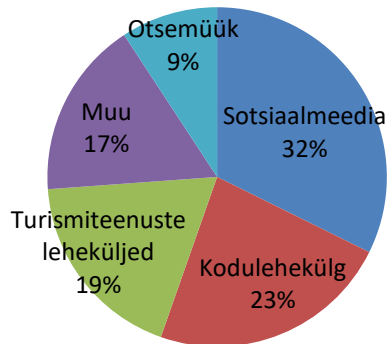
Ühe ettevõtja hinnangul võib saada takistuseks ka ettevõtte enda passiivne pakkumine:

*„Tagasihoidlik ja ilmselt oma tegemata jätmine.“*

Järgnevad vastused on esitatud nii, et ühe ettevõtja vastus võib olla esitatud mitmes lahtris. Näiteks vastas üks ettevõtja, et kasutab müügikanalitena veel peale Visitestonia ka Facebooki, otsemüüki ja Viatori.

Peale Visitestonia lehekülje kasutatakse toodete/teenuste müümisel veel teisigi müügikanaleid (joonis 3.12), millest kõige populaarsem vastus oli sotsiaalmeedia (32%). Sotsiaalmeediast oli kõige populaarsem Facebook. 23% vastajatest kasutavad müügikanaliks ka oma enda ettevõtte kodulehekülge. Selleks on ettevõtted teinud oma koduleheküljele optimeeritud märksõnad, tänu millele on kodulehekülg otsingumootorist kergesti leitav. 19% vastajatest kasutab müügiks ka teisi turismiteenuste lehekülgi nagu näiteks: Viator, Getyourguide, Likealocalguide. 9% kasutavad ka otsemüüki ning 17% hulka kuulusid üskikult esinevad vastused nagu näiteks: messid, kingitus.ee, reisiteatmikud, paberkandjal reklaam jmt.

### Teised müügikanalid peale Visitestonia lehekülje



**Joonis 3.12.** Loodusturismi ettevõtjate poolt kasutatavad teised müügikanalid.

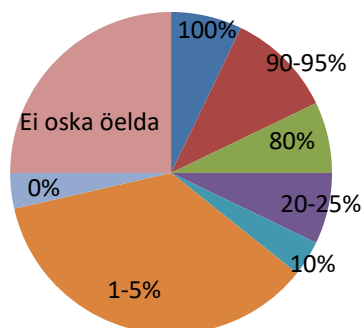
Järgnevalt ka mõned täpsustavad vastused loodusturismi ettevõtjatelt küsimusele:

*„Kindlasti Facebook, mille kaudu ka põhilised tellimused tulevad.“*

*„Olen nähtaval Facebookis, Instagramis, Twitteris kuid müügikanalina näen peamiselt ikka Visitestonia/Puhkaeestis keskkonda.“*

Uurides ettevõtjatelt, kui suur osa ettevõtte teenuste müügist tuleb tänu Visitestonia leheküljele (joonis 3.13), vastas 2 ettevõtet, et 100% müügist. Viie vastaja hinnangul tuleb 80-95% nende ettevõtte müügist tänu Visitestonia leheküljele ja 13 ettevõtte hinnangul tuleb nende ettevõtte teenuste müügist vaid 1-25% tänu Visitestonia leheküljele. Küsimusele ei osanud vastata 7 ettevõtjat.

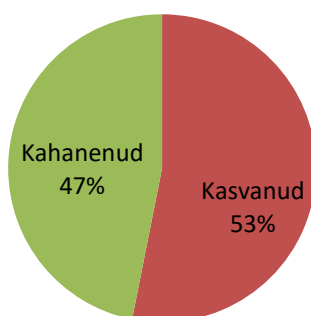
### Kui suur osa (%) ettevõtte teenuste müügist tuleb tänu Visitestoniale



**Joonis 3.13.** Ettevõtjate protsentuaalne hinnang nenede ettevõtte tulust tänu Visitestonia leheküljele.

53% hinnangul on siiski päringute arv Visitestonia keskkonnast (joonis 3.14) nende ettevõttele viimastel aastatel pigem kasvanud.

### Visitestonia keskkonnast tulnud päringute arv viimastel aastatel



**Joonis 3.14.** Kas Visitestonia keskkonnast tulnud päringute arv on viimastel aastatel pigem kasvanud või kahanenud?

Ettevõtjatest kasutab RMK hallatavat taristut 53% vastajatest (joonis 3.15) ning 21% vastajatest ei kasuta RMK hallatavat taristut üldse.



**Joonis 3.15.** RMK hallatava taristu kasutamine ettevõtjate seas.

RMK hallatava taristu kasutamine oma toodete/teenuste pakkumisel on jagunenud üsnagi võrdväärselt.

## JÄRELDUSED

Antud magistritööga püüti välja selgitada Eesti loodusturismi maht ning nõudluse ja pakkumise vahekord. Selleks tehti andmepäring Visitestoniasse ja viidi läbi küsitlused loodusturismi ettevõtjatega ja turismiinfokeskustega (viimastega ka intervjuud). Hinnati ka loodusturismi jaotumist maakonniti, pakutavate teenuste keskmist hinda ja kestust ning ettevõtete käivet.

Turismiinfokeskustest vastas küsimustele 17-st 13 ja loodusturismi ettevõtjatest 81-st 35 (ettevõtjate puhul oleks võinud vastamiste aktiivsus olla suurem).

Teooriast tulenevalt on loodusturism maailmas üks kiiremini kasvavaim turismivorm ning teiste riikide uuringute põhjal toob loodusturism kasu maapiirkondadele ning riigi majandusele (20 Adventure Travel Trends...2018: 2).

Läbiviidud uuringu põhjal selgus Visitestonia andmetest, et kõige enam on Eestis loodusturismi teenustest pakkuda loodusvaatlust matkajuhiga, kanuu- ja paadimatkasid ning jalgrattarenti ja -matkasid. Linnuvaatluse teenus, mis on populaarne just välismaalaste seas on Visitestonia leheküljel teenusena pakkumises üsnagi vähe. Kuna linnuvaatlus on süvahuvil põhinev, siis on ka arusaadav miks on antud teenuse vaatamine väiksem näiteks kanuu- või ratsamatkast.

Võrreldes toodete/teenuste pakkumist ja toodete/teenuste vaatamisi on need üsnagi võrdselt jaotunud.

„Loodusvaatlus ja matkad matkajuhiga“ kohta ei olnud Visitestonial statistika tegemiseks ühisnimetajat kuid arvestades teenuse lihtsust, teenuse pakkumise hulka Visitestonia leheküljel ning turismiinfokeskuste vastuseid, võib olla tegu ühe populaarseima teenusega. Seiklusmängude väikene vaatamiste hulk võib tuleneda sellest, et tegevust võtavad rohkem suuremad seltskonnad ja üksikud huvilised sellist teenust ei vaata (otsitakse tegevust, mida saab teha üksi, pere või sõprade ringis, sest loodusturist just sellises seltskonnas viibib).

Nagu Taani uuringu puhul (Kettunen *et al.* 2012: 180) tunnevad ka Eestis inimesed objektidest kõige enam huvi just randade ja metsade vastu (rahvuspargid ja matkarajad). Loodusteemalised muuseumid ja pargid/aiad on vähem huvi pakkuvad, sest inimesed eelistavad aega veeta pigem ehtsas looduses.

Põhiline Eesti loodusturismi toodete/teenuste/objektide vaataja ja looduses viibija on siseturist nii nagu on see ka Rootsi (Margaryan, Fredman 2017: 90) ja Soome puhul (Eesti Maaturism 2006: 3).

Eesti loodusturismi võimalustest on lisaks eestlastele huvitatud ka meie naabrid Lätist, Soomest ja Venemaalt. Ka tuleb Visitestonia vaatamiste kaudu välja (nagu ka teistest läbi töötatud andmetest) sakslaste huvi Eesti looduse vastu, olles vaatamiste arvult riikidest neljandad. Seega on vägagi mõistetav vajadus saksa keelsete giidide järele.

2017 aasta 5,23 miljonist Visitestonia lehekülje külastusest on loodusturismi tooteid/teenuseid ja objekte vaadatud 854 351 korda, mis on üsnagi vähe. Ka päringuid on tehtud loodusturismi toodetele/teenustele vähe- umbes 3%, mis teeb kokku 4863 päringut.

Kuigi Eesti tuntus Maailma mastaabis on väga väike on Visitestonia leheküljelt loodusturismi tooteid/teenuseid ja objekte vaadatud 2017 aastal 119 erinevast riigist.

Kui võrrelda loodusturismi toodete/teenuste vaatamisi (162 109) objektide vaatamisega (692 242) on näha, et objekte on vaadatud tunduvalt rohkem. Põhjuseks võib olla eelistus veeta aega looduses iseseisvalt- ei vajata looduses viibimiseks teenusepakkujat. Nii nagu selgus see ka Rootsi uuringu puhul (Margaryan, Fredman 2017: 90).

Uurides Visitestonia leheküljel teenuste pakutavust võib öelda, et üleval võiks olla rohkem teenuseid. Palju on ära kasutamata võimalusi nagu näiteks linnuvaatluse puhul, kus võiks pakkuda rohkem linnuvaatlusteenuseid erineval kujul- nii algajatele, kogenumatele, paari tunniseid kui ka päevaseid (nii pakette kui ka vaid linnuvaatlust). Linnuvaatluse pakkujad kasutavad teadaolevalt ka edasimüüjaid Saksamaal, Inglismaal ja teistes riikides.

Pakutava teenuse juures peaks olema teenuse pakkujal lisatud ka parem selgitus teenusele. Hind ja kestus peaksid olema alati välja toodud, et klient teaks, mis hinnaga arvestada. See kõik soodustaks teenuste tarbimist.

Ka peaksid olema loodusturismi teenuse pakkujad kui vähegi võimalik vastutulelikumad kliendi soovile, pakkudes teenust ka väiksematele seltskondadele kui näiteks 10 inimest (nagu selgus teenuseid lugedes ja ettevõtete küsitlusest on määravad teenuse osutamisel olnud ka grupi suurus).

Hindasid ja kestusi hinnates võib öelda, et Eesti loodusturismi teenused on hea hinnaga ega tohiks saada määravaks teenuse tellimisel. Küll aga võiksid teenused olla mitmekülgsemad (lühemad, pikemad, suuremale grupile, väiksemale grupile jne).



Loodusturismi ettevõtete käibeid hinnates (mida sai tehtud vaid Visitestonia leheküljel üleval olevate teenuste pakkujate näol) oli näha, et ettevõtted on väikesed ja ka käibed on väikesed. Kuna tegeletakse mitme erineva tegevusega (näiteks ettevõtted, keda jäeti selle tõttu ka käibe hindamisel nimekirjast välja), siis pole võimalik kindlaks määrata kui suur osa nende ettevõtte käibest tuleb vaid loodusturismist. Töös koostatud ettevõtete nimekirjas on ka üksikuid ettevõtjaid, kes tegelevad lisaks loodusturismile liha müügiga või majutuse pakkumisega (on väga raske eraldada ettevõtteid, kes tegelevad vaid puhtalt loodusturismiga).

Leitud 81 loodusturismi ettevõtte põhjal võib öelda, et pea kõik Eesti loodusturismi ettevõtted on Visitestonia/Puhkaestis leheküljel üleval.

Turismiinfokeskustest selgus, et suurem osa piirkonna teenuseid ja objekte on Visitestonia leheküljel üleval ning tänu sellele turistile kergesti leitavad. Küll aga selgus turismiinfokeskustest, et on ka väiksemaid loodusturismi pakkujaid, kes oma teenust pakuvad vaikselt ja märkamatuks (näiteks maamajutuse pakutavad teenused, mida müüakse muude toodete osana). Seega jääb juba siin mingi osa loodusturismi käibest teadmata.

Maakondlik toodete/teenuste hulk on omavahelises seoses loodusobjektide osakaaluga piirkonnas. Nii on näha, et näiteks Harjumaal ja Pärnu maakonnas, kus on kõige rohkem loodusobjekte pakutakse ka kõige rohkem teenuseid. Ning Jõgevamaal, kus on kõige vähem objekte pakutakse ka kõige vähem teenuseid. Maakondade toodete/teenuste osakaalu mõjutab kindlasti ka kaugus linnast ja infrastruktuur- teenuseid tarbitakse piirkonnas, mis on lähemal ning kuhu saab kergemini ja kiiremini kohale. Ka RMK andmetest selgus, et kõige populaarsem on Tallinna ümbruse puhkealad.

RMK seire andmete ja Visitestonia andmete hinnangul võib öelda, et Eesti loodusturist on iseseisev ja väheste vajadustega- ööbib puhkealal ja tasuliste teenuste (mis ei ole kallid) ostmise asemel oskab looduses ise meeldivalt aega veeta- vaatleb loodust, jalutab, ujub.

Puhkeala piirkonnas raha kasutust mõjutab kindlasti ka piirkonnas pakutavate teenuste/võimaluste hulk (kui ei ole midagi pakkuda, siis ei saa raha ka kasutada). Tarbimist soodustaks kindlasti maapiirkondade arendamine- rohkem poode (ka suveniiri poed), kohvikuid ning teised põnevad ja ligikutsuvad teenused. See tähendab, et piirkond tuleks külastajale atraktiivsemaks muuta. Selliseid piirkonna teenuseid kasutaksid ka iseseisvad kliendid. Kuid kui loodusturist on kokkuhoidlik ei pruugi sellest ka kasu olla, teenuseid pakutakse aga tarbijaid ei ole.

Ettevõtete küsitlusest selgus, et läbi Visitestonia vormub ostuks siiski väga väike osa päringutest- 39% hinnangul kõik või pooled päringutest ja 52% sõnul vormub ostuks vaid väga vähesed või mitte üksi päringutest. Kas ei ole teenus piisavalt eristuv ja silmapaistev või on teenus vähese informatsiooniga? Või on loodusturist ikkagi nii iseseisev? Need küsimused vajaksid edasist uurimist.

Samas ei olda teadlikud kui paljud päringutest, mis tulevad meilile või tehakse telefoni teel, on tulnud just tänu Visitestoniale. Selles osas tasuks ettevõtjatel võib-olla teha ka väikest uurimistööd. See näitaks ettevõtjale, milline müügikanal tema jaoks kõige paremini töötab ja kus müügikanalil ta peaks oma teenuse müümiseks ka rohkem pingutama.

Visitestonia/Puhkaeestis põhjal võib öelda, et leheküljelt teenuseid küll vaadatakse, aga tarbijaid on vähe. Pigem käiakse loodusobjektidel iseseisvalt, seda näitab ka loodusobjektide suurem vaadatavus erinevalt teenustest. Kuigi teenuseid vaadatakse, siis huvist elamuse ostuks realiseerub küllaltki väike osa. Käibe ja mahu suurendamiseks ja loodusturismi soodustamiseks, saaks Eesti loodusturismi pakkuja oma teenust paremini müüa ja reklaamida, sest kaunist loodust Eestis ju on ja teenused ei ole kallid. Küll, aga ei ole sellest kasu loodusturisti iseseisva suhtumise puhul, kuid ehk annaks paremaid tulusid turundus välisturistile, kes ennast Eesti looduses nii iseseisvalt ei tunne?

Kui käibe ja mahu puhul võib saada määravaks hooajalisus, tuleks panna hooajalisus just Eesti loodusturismis enda kasuks tööle- müüa välisturistidele elamusmatku kasvõi vihmas. Näiteks „matk iga ilmaga“, kuhu kaasa tuleb võtta vihmapidavad ja soojad riided ja mis lõpeb näiteks kuuma joogiga. Suurenenud on just elamusmatkade osakaal ja seiklusturistile on kliima teisejärguline.

Antud tööd on koostatud eesmärgiga arendada metoodikat kuidas loodusturismi mahtu hinnata. Antud töös saadud väikene loodusturismi käibe tuleneb tööle seatud kitsendustest- uuritud on vaid Visitestonia/Puhkaeestis leheküljel üleval olevaid loodusturismi teenuseid ja teenuste pakkujaid. Samuti on kitsendusteks ka majutusasutuste, toitlustusasutuste, edasimüüjate ja teisi teenuseid pakkuvate ettevõtete väljajätmine.

Kuna loodusturismis esineb varimajandust, osa käibest tuleb loodusturismi teenuste mitte avalikust müügist (majutusasutuse peremehe pakutavad teenused) ning esineb ka neid loodusturismi gruppe, kes tulevad siia välismaalt oma giidiga, siis jääb suur osa loodusturismi käibest siiski teadmata. On teada, et osa loodusturismi käibest tuleb ka

kruiisilaevadelt, seetõttu tasuks edasisteks uuringuteks uurida ka seda kas kruiisilaevadele teenuseid pakkuvad ettevõtted kasutavad alltöövõtuna loodusturismi firmasid.

Uuring näitas, et Visitestonia/Puhkaestis on hea keskkond loodusturismi alaste andmete kogumiseks. Eriti hästi sobib keskkond loodusturismi nõudluse ja pakkumise suhete hindamiseks, kuid kindlasti vajab ka selle meetodi kasutamine tulevikus edasi arendamist.

## Kokkuvõte

Käesoleva magistritöö eemsärgiks oli teada saada, milline on Eesti loodusturismi maht ning nõudluse ja pakkumise vahekord. Töös püüti vastus leida põhiliselt läbi Eesti riikliku turismiinfoportaali, milleks on EAS-i haldusesse kuuluv Visitestonia/Puhkaeestis keskkond. Veebikeskkonnas üleval olev loodusturismi toode/teenus on selle töö juures eriti oluline just põhjusel, et üha enam tehakse reisiotsuseid läbi interneti.

Antud töö eesmärk saavutati läbi Visitestonia andmepäringu ning turismiinfokeskuste ja loodusturismi ettevõtjate uuringu. Samuti hinnati töös loodusturismi toodete/teenuste hinda ja kestust, loodusturismi ettevõtjate käivet, loodusturismi jaotumist maakonniti ning osalisi RMK seireandmeid.

Töö käigus selgus, et 2017 aastal oli Visitestonia leheküljel 5,23 miljonit külastust, millest loodusturismi tooteid/teenuseid ja objekte vaadati 854 351 korda 119 erinevast riigist. Sellest 854 351 loodusturismi vaatamisest kuulus 692 242 vaatamist objektidele ja 162 109 vaatamist toodetele/teenustele. Kokku tehti 2017 aastal loodusturismi toodetele/teenustele 3% päringuid, mis teeb kokku 4863 päringut.

Põhiline Eesti loodusturismi toodete/teenuste/objektide vaataja ja looduses viibija on siseturist. Eesti loodusest on huvitatud veel ka turistid Lätist, Soomest, Saksamaalt ja Venemaalt (teiste riikide huvi on väiksem).

Kõige rohkem on Eestis loodusturismi toodetest/teenustest pakkuda kliendile loodusvaatlust ja matkasid matkajuhiga, kanuu- ja paadiretkesid ning jalgrattarenti ja – matkasid. Loodusobjektidest on kõige rohkem loodusturistile pakkuda matkaradasid, parke ja aedasid ning randasid ja rannapromenaade. Loodusobjektidest on 2017 aastal kõige populaarsemad vaatamistelt olnud matkarajad, pargid ja aiad ning rannad ja rannapromenaadid. Loodusturismi objektidest on 2017 aastal olnud kõige populaarsemad rannad ja rannapromenaadid, rahvuspargid ja matkarajad.

Eesti loodusturismi toote/teenuse keskmiseks hinnaks on 33 eurot ja kestab see keskmiselt 3 tundi.

Visitestonia põhjal hinnatud loodusturismi ettevõtjate käibeks saadi 81 ettevõtte hindamisel 2 606 572 eurot, mis ei ole Eesti täielik loodusturismi käive. Peamine ettevõtlusvorm on hinnatud ettevõtete põhjal osaühing (63 ettevõtet) ning enamike (37 ettevõtte) käive jääb 10 000euro kuni 79 933 euro vahele.

Turismiinfokeskuste hinnangul on enamik nende piirkonna toodetest/teenustest ja objektidest Visitestonia leheküljel üleval, mis kinnitas Visitestonia lehekülje olulisust loodusturismi toodete/teenuste pakkumisel. Turismiinfokeskuste hinnangul on külastajate huvi loodusturismi vastu pigem kasvanud ning suurenenud on huvi aktiivsete tegevuste vastu.

Eesti põhiline loodusturismi pakkumine on koondunud Harjumaale ja Pärnumaale ning on omavahel seotud loodusobjektide esinemisega piirkonnas. Tallinna ümbruse puhkealade suurt külastatavust kinnitavad ka RMK seireandmed.

Kuigi Visitestonia/Puhkaestis lehekülg on olulise tähtsusega Eesti loodusturismi toodete/teenuste kuvamisel kliendile, saavad päringutest reaalselt ostudeks ettevõtjate hinnangul „kõik või kuni pooled“ vaid 39% hinnangul. Enamike ettevõtjate hinnangul (52%) vormuvad ostudeks vaid väga vähesed või mitte üksi päringutest.

Visitestonia/Puhkaestis keskkonna põhjal võib öelda, et Eesti loodusturismi teenuseid tarbitakse küllaltki vähe, pigem ollakse huvitatud loodusobjektidest, et neid siis iseseisvalt külastada. Kuigi teenuseid vaadatakse ja päringuid tehakse, vormub ostuks siiski väga väike osa ehk siis võib öelda, et nõudlus on küllaltki väike.

Töös saadud tulemused aitavad loodusturismi edendajatel ja –pakkujatel saada parem ülevaade Eesti loodusturismi nõudlusest ja pakkumisest ning töö aitab kaasa loodusturismi alaste otsuste tegemisele.

Kuna Eestis on erinevalt Skandinaaviast loodusturismi vähe uuritud, vajab loodusturism ka edaspidi põhjalikku ning pidevat uurimist. Eraldi tooks välja järgmised lahendamist vajavad loodusturismi osad nagu varimajandus, kruiisiturismi ning põhjalikud külastajauuringud.

## KASUTATUD KIRJANDUS

1. 20 Adventure Travel Trends to Watch in 2018. (2018). Adventure Travel Trade association. [www] <https://www.google.com/url?hl=et&q=https://www.adventuretravel.biz/research/20-adventure-trends-to-watch-for-2018/&source=gmail&ust=1524403874062000&usg=AFQjCNGP-7RUYK4kiH2lkVktStGpKfWO4Q> (21.04.2018).
2. Adventure Travel and Trade Association. (2016). Adventure tourism development index: An Adventure travel scorecard. The 2016 report. Sixth Edition. International Institute of tourism studies. [www] <https://www.adventuretravel.biz/research/2016-adventure-tourism-development-index/> (21.04.2018).
3. EAS. (s.a.) Eestis ööbinud välituristid 2015.-2016.a. väliskülastajate uuringu põhjal. [www] [https://static2.visitestonia.com/docs/3104838\\_vku2015-20162-etappi-eraldi.pdf](https://static2.visitestonia.com/docs/3104838_vku2015-20162-etappi-eraldi.pdf) (28.12.2017).
4. EAS. (2009). Loodusmatkad. [www] [https://www.eas.ee/images/doc/ettevotjale/alustamine/tegevusalade\\_abc/loodusmatkad.pdf](https://www.eas.ee/images/doc/ettevotjale/alustamine/tegevusalade_abc/loodusmatkad.pdf) (27.12.2017).
5. EAS. (2018). Eesti ja Euroopa turism 2017. Turismi arengu ülevaated. (uuendatud 12.03.2018). [www] [https://static2.visitestonia.com/docs/3212006\\_eesti-turism2017.pdf](https://static2.visitestonia.com/docs/3212006_eesti-turism2017.pdf) (20.03.2018).
6. Eesti Maaturism. (2006). Loodusturismi toote turundusuuring Soome, Saksamaa ja Suurbritannia turgudel. [www] <http://www.maaturism.ee/new/files/1882581173.pdf> (4.01.2018).
7. Eesti riiklik turismiarenduskava 2014–2020. (2013). Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium. [www] <https://www.riigiteataja.ee/akti/3191/1201/3015/lisa.pdf> (23.12. 2017).
8. Ehrlich, Ü. (2013). Eesti loodusturism kui majandusharu: Loodusturismi rahalise mahu hindamise meetodika, ülevaade teenusepakujatest, külastajate hulgast ja eesti loodusturismi rahalisest mahust 2012 aastal. [www] [http://ec.europa.eu/environment/nature/legislation/fitness\\_check/evidence\\_gathering/docs/Member%20State%20Stakeholders/Nature%20Protection%20Authorities/EE/MS%20-%20EE%20-%20NPA%20-%20Loodusturism\\_Ehrlich.pdf](http://ec.europa.eu/environment/nature/legislation/fitness_check/evidence_gathering/docs/Member%20State%20Stakeholders/Nature%20Protection%20Authorities/EE/MS%20-%20EE%20-%20NPA%20-%20Loodusturism_Ehrlich.pdf) (19.01.2018).

9. Erametsakeskus. (2017). EAS käivitas uue loodusturismikampaania. [www] <http://www.eramets.ee/uudised/eas-kaivitas-uue-loodusturismikampaania/> (28.12.2017).
10. **Fredman, P., Tyrväinen, L.** (2011). *Frontiers in Nature-based Tourism: Lessons from Finland, Iceland, Norway and Sweden.* United Kingdom: Routledge. 227 lk.
11. **Hall, C. M., Boyd, S.** (2005). *Nature-based tourism in peripheral areas: Development on disaster? Aspects of Tourism: 21.* Great Britain: Cromwell Press. 281 lk.
12. **Haukeland J.V., Grue, B., Veisten, K.** (2008). *Turning National Parks into Tourist Attractions: Nature Orientation and Quest for Facilities.- Frontiers in Nature-based Tourism.* /Fredman P., Tyrväinen L. *Lessons from Finland, Iceland, Norway and Sweden.* United Kingdom. Routledge. Lk 76-99.
13. **Kumara J., Hussaina K.** (2014). Evaluating tourism's economic effects: Comparison of different approaches. *Procedia- Social and Behavioral Sciences* 144. Malaysia. Lk 360-365.
14. **Härma K., Väikenurm M., Jaakson M.** (2016). Varimajandus pöördus ootamatult kasvule.- *Äripäev.* [www] <https://www.aripaev.ee/uudised/2016/05/16/varimajandus-poordus-kasvule> (28.04.2018).
15. **Jafari, J.** (2000). *Encyclopedia of tourism.* London: Routledge. Channel View Publications. 683 lk.
16. **Jors, K.** (2018). EAS turismiarenduskeskuse tegevused seoses loodusturismiga.-13.03.2018 *Eesti Maaülikooli Loodusturismi konverentsi ettekanne.* [www] [http://pk.emu.ee/userfiles/instituudid/pk/file/PKI/loodusturismikonv/KRISTIINA\\_JORS\\_Loodusturism\\_ja\\_VisitEstonia.pdf](http://pk.emu.ee/userfiles/instituudid/pk/file/PKI/loodusturismikonv/KRISTIINA_JORS_Loodusturism_ja_VisitEstonia.pdf) (9.04.2018).
17. **Josing M.** (2016). Varimajanduse trendid. Eesti konjunkturiinstituut. [www] [https://www.mkm.ee/sites/default/files/varimajandus\\_2015\\_mkm.pdf](https://www.mkm.ee/sites/default/files/varimajandus_2015_mkm.pdf) (28.04.2018).
18. **Karoles- Viia, K.** (2018). Külastajaseire Riigimetsa majandamise keskuses.- 13.03.2018 *Eesti Maaülikooli Loodusturismi konverentsi ettekanne.* [www] [http://pk.emu.ee/userfiles/instituudid/pk/file/PKI/loodusturismikonv/KERLI\\_KAROLES\\_VIIA\\_RMK\\_K%C3%BClastajaseire\\_%2013\\_03\\_2018\\_7.pdf](http://pk.emu.ee/userfiles/instituudid/pk/file/PKI/loodusturismikonv/KERLI_KAROLES_VIIA_RMK_K%C3%BClastajaseire_%2013_03_2018_7.pdf) (23.03.2018).
19. **Karpilovich, D.** (2016). Mida arvavad hiina reisiblogijad Eestist. [www] <https://ebs.ee/et/uudised/uudis/mida-arvavad-hiina-reisiblogijad-eestist?fromfilter=1> (22.12.2017).
20. Keskkonnaagentuur. (2013). Sotsiaalmajanduslik taust. [www] [http://www.keskkonnaagentuur.ee/failid/ky\\_2013\\_pt1.pdf](http://www.keskkonnaagentuur.ee/failid/ky_2013_pt1.pdf) (29.12.2017).
21. **Kettunen, M., Vihervaara, P., Kinnunen, S., D'Amato, D., Badura, T., Argimon, M. and Ten Brink, P.** (2012). Socio-economic importance of ecosystem services in the Nordic Countries Synthesis in the context of The Economics of Ecosystems and Biodiversity (TEEB) .TemaNord 2012: 559 [www] <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:741978/FULLTEXT01.pdf> (5.04.2018).

22. **Lauramaa, H., Valgma, Ü.** (2017). Suveturist väisab peamiselt Eesti linnu. Turism. Statistikablogi: Statistikaameti ajaveeb. [www] <https://blog.stat.ee/tag/turism> (27.12.2017).
23. **Leesment, M.** (2016). Hooajalisus majutussektoris. Turism. Statistikablogi: Statistikaameti ajaveeb. [www] <https://blog.stat.ee/tag/turism/> (27.12.2017).
24. **Lina, K.** (2016). Loodusturismi pakujate uuring ja teenuste süstematiseerimine Lõuna-eesti näitel. (Magistritöö). Eesti Maaülikooli Põllumajandus- ja keskkonnainstituut. Tartu.
25. **Loode, O., Nurmsalu, K., Oja, K.** (2008). Eesti loodusturismi pakkumise uuring. Consumetric. [www] <https://www.eas.ee/images/doc/ettevotjale/turism/looduspuhkus/lt%20uuring%20consumetric%202008.pdf> (22.12.2017).
26. **Margatyan, L., Fredman, P.** (2017). Bridging outdoor recreation and nature-based tourism in a commercial context: Insight from the Swedish service providers.- *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*. 2017, 17, lk 84-92.
27. MarkMonitor. (2016). Global Travel Booking Survey 2016. MarkMonitor Online Barometer. [www] [https://markmonitor.com/download/report/MarkMonitor\\_Online\\_Barometer-2016-US.pdf](https://markmonitor.com/download/report/MarkMonitor_Online_Barometer-2016-US.pdf) (5.05.2018).
28. Metsähallitus. (2018). National Parks and Hiking Areas Generate Income to Local Businesses in Finland. (Uuendatud 26.01.2018). [www] <http://www.metsa.fi/web/en/economicbenefitsofnationalparks> (28.01.2018).
29. **Mutso, T.** (2018). Turismirekord 2017: Ajaloo parim aasta. *EASi turismiarenduskeskuse direktori Tarmo Mutso esitus pressikonverentsil 6.02. 2018.* [www] [https://static2.visitestonia.com/docs/3195268\\_turismirekord-2017.pdf](https://static2.visitestonia.com/docs/3195268_turismirekord-2017.pdf) (19.02.2018).
30. **Müürsepp R.** (2015a). Shadow economies the baltic sea region 2015./ Ed. V. Žukauskas Lithuanian free market institute. Vilnius. [www] <https://miseseesti.files.wordpress.com/2015/12/i1.pdf> (28.04.2018).
31. **Müürsepp R.** (2015b). Kui suur on Eesti varimajandus. Statistikablogi.Statistikaameti ajaveeb. [www] <https://blog.stat.ee/2015/10/12/kui-suur-on-eesti-varimajandus/> (28.04.2018).
32. **Ntibanyurwa A.** (2006). Tourism as a factor of development.- *Sustainable Tourism II*. South Africa. Lk 73- 84.
33. **Pilving, T.** (2015). Säästev areng ja ökoturism kui arengusuunad Eesti loodusturismi ettevõtetele. (Magistritöö). Eesti Maaülikooli Põllumajandus- ja keskkonnainstituut. Tartu. WIT Transactions on Ecology and The Environment. WIT Press.
34. **Ritalahti J., Holmberg E.** (2010). Itä- Uudenmaan matkailun tulo- ja työllisyystutkimus 2009. Tutkimuksia 3/2010. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Lk 32.



35. **Rønningen, M.** (2010). Innovative Processes in a Nature-Based Tourism Case: The Role of a Tour-operator as the Driver of Innovation. *Frontiers in Nature-based Tourism*. /Fredman P., Tyrväinen L. Lessons from Finland, Iceland, Norway and Sweden. United Kingdom. Routledge, lk 18-34.
36. RMK. (s.a.). Külastuskorraldus. [www] <https://www.rmk.ee/organisatsioon/tegevusvaldkonnad/loodushoid> (21.04.2018).
37. **Roosild, K.** (2017). Preparedness of Estonian nature tourism companies to offer their services to foreign visitors. (Magistritöö). Eesti Maaülikooli põllumajandus- ja keskkonnainstituut. Tartu.
38. **Saarninen J.** (2005). Tourism in the Northern Wildernesses: Wilderness Discourses and the Development of Nature-based Tourism in Northern Finland.- *Nature-based Tourism in Peripheral areas*. / Hall M., Boyd S. Aspects of Tourism: 21. England. Channel View Publications, lk 36-49.
39. **Soave, P.** (2016) Turism. Euroopa Liidu teemalise teabelehed. Euroopa Parlament. [www] [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/et/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_5.6.13.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/et/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.6.13.html) (2.12.2017).
40. Statista. (s.a.). TripAdvisor- Statistics & Facts. [www] [www.statista.com/topics/3443/tripadvisor](http://www.statista.com/topics/3443/tripadvisor) (4.05.2018).
41. **Uusitalo M.** (2006). Differences in Tourists' and Local Residents' Perceptions of Tourism Landscapes: A case Study from Ylläs, Finnish Lapland.- *Frontiers in Nature-based Tourism*. /Fredman P., Tyrväinen L. Lessons from Finland, Iceland, Norway and Sweden. United Kingdom. Routledge, lk 138-161.
42. **Vahuri, J.** (2017). Peagi on Eestis oodata Hiina turistide arvu mitmekordset kasvu. (avaldatud 19.09.2017). [www] <https://reisile.postimees.ee/4248577/peagi-on-eestis-oodata-hiina-turistide-arvu-mitmekordset-kasvu> (29.12.2017).
43. World Tourism Organization. (2014). UNWTO Global report on adventure tourism. [www] [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/final\\_1global\\_report\\_on\\_adventure\\_tourism.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/final_1global_report_on_adventure_tourism.pdf) (1.02.2018).
44. World Tourism Organization. (2016). UNWTO Tourism Highlights. [www] <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2016-edition> (9.12.2017).
45. Ärioleht. (2015). Uuring: kui palju kulutavad Eestis ööbivad turistid siin raha. [www] <http://arileht.delfi.ee/news/uudised/uuring-kui-palju-kulutavad-eestis-oobivad-turistid-siin-raha?id=71563123> (28.12.2017).
46. Äripäev. (2017). Aasia turist tahab üha rohkem Eesti loodust. [www] <https://www.aripaev.ee/uudised/2017/09/05/aasia-turist-tahab-uha-rohkem-eesti-loodust> (6.01.2018).

**LISAD**

**Lisa 1.** Loodusturismi ettevõtete käive.

	<b>Loodusturismi ettevõtte</b>	<b>Tooted/teenused</b>	<b>2016 käive eurodes</b>
1.	Natourest OÜ	Looma- ja linnuvaatlus, loodus- ja fotomatkad.	304 172.-
2.	Kumari reisirid OÜ	Looma- ja linnuvaatlus, fotomatkad	251 658.-
3.	Prangli reisirid OÜ	Reisirid Prangli saarele, hülgevaatlus	151 164.-
4.	SA Vapramäe-Vellavere-Vitipalu	Matkad, õppeprogrammid, looduskeskus, loodusmaja	147 723.-
5.	Matkajuht OÜ	Veematkad, tõukeratta- ja jalgsimatkad	120 960.-
6.	Pokumaa SA	Pokumaa. Loodusmatk "Kuidas õppida vaatama?"	79 933.-
7.	360 kraadi OÜ	Firmaüritused looduses, meeskonnamängud, veematkad jpm.	74 203.-
8.	Piusa SA	Piusa koobastik, keskkonnaharidus	60 926.-
9.	Kanuumatkad OÜ	Veematkad, safari, seiklus metsas	48 087.-
10.	Adrenaator Grupp OÜ	Seiklusmatk, karjäärisafari, veematkad jmt.	42 543.-
11.	Mooska OÜ	Loodusretked, suitsusaun, suitsuliha	40 883.-
12.	Parvematkad OÜ	Vesijalgrattad, kanuumatkad, parvemajad.	40 370.-
13.	Kassari ratsamatkad MTÜ	Ratsamatkad, matkalaagrid	34 790.-
14.	Saarnak OÜ	Paadisõit Saarnaki laiule. Loodusmatkad	29 603.-
15.	Viitong Reisirid OÜ	Paadiretked, matkad	26663.-
16.	Eneli-X OÜ	Kanuumatkad	24 309.-
17.	AR Reklaam OÜ (haanjamatkad.ee)	Matkad, kanuulaenus, jalgrattarent	23 492.-
18.	Loodusturism OÜ	Matkad, seiklusmängud, varustuse rent (kanuud, räätsad jmt.)	22 914.-
19.	Reimann retked OÜ	Rafting, kopravaatlus, Süsta-, räätsa- ja tõukekelgumatkad	22 422.-
20.	Oru mööblikoda OÜ	Polli loomaaed	20 169.-
21.	Süvavahva loodustalu OÜ	Ekskursioon taimeaeda, puhkusepaketid	15 930.-
22.	Mootorsaanimatkad OÜ	Mootorsaanimatkad, öö safari	15 901.-
23.	Suur Seiklus OÜ	Matkad, fotojaht, meeskonnamängud, ellujäämine looduses	15 830.-
24.	Ebru matkad OÜ	Kanuumatkad	15 623.-
25.	Puhka Looduses OÜ	Kanuumatkad, rabamatkad, tõukekelgumatkad	14 722.-
26.	Waypointtravels OÜ	Rattarent, jalgsimatkad, rattamatkad	14 633.-
27.	Minizoo madudemaja MTÜ	Minizoo eksootiline terraarium	13 827.-
28.	PolarEye OÜ (matkapesa.ee)	Öömatkad, paadilaenus, kanuu-, räätsa- ja jalgsimatkad	12 611.-
29.	Seikle vabaks OÜ	Jalgsimatkad, veematkad, linnuvaatlus, meeskonnamängud	10 686.-
30.	Alaveski Loomapark MTÜ	Loomapark	9 251.-
31.	Lahemaa retked OÜ	Lahemaa rahvusparki matkad	7 905.-
32.	Ratsukievari OÜ	Ratsamatkad, maastikusafari, jalgsimatkad, mereretked	7 351.-
33.	Klubi kuuel jalal MTÜ	Ratsamatkad	7 117.-
34.	Kebeli Talu OÜ	Kanuumatkad, matkad, meeskonnamängud	6 364.-
35.	Tervise ABC OÜ	Süstamatkad, aktiivsed tegevused	5 385.-

36.	Lahemaa ökoturism MTÜ	Rännakud, loodusharidus, aardejaht	5 180.-
37.	Ellujäämisakadeemia OÜ	Ellujäämiskursused, pangast laskumine	5 010.-
38.	Metsaturism MTÜ	Kanuumatkad	3 516.-
39.	Samliku OÜ	Veematkad ja jalgsimatkad	3 361.-
40.	Eesti papagoi OÜ	Papagoi keskus	3 172.-
41.	Vee matkad OÜ	Meeskonnamängud, rafting, kanuumatkad, loodusretked	2 875.-
42.	MTÜ Kultuuripärandi Hoidja (ajamatkad.ee)	Loodusmatkad	1 679.-
43.	Teadlikud Elamused MTÜ	Loodustuurid, turismialased koolitused	773.-
44.	Rannapüük OÜ	Kaluriga retked	?
45.	Aadya OÜ (osmussaarereisid.ee)	Meeskonnamängud, linnuvaatlus, loodusmatkad, meretransport	?
46.	Ahja Matkad OÜ	Kanuumatkad	?
47.	Eedi Haas FIE (joematkad.ee)	Kanuumatkad	?
48.	Estfly OÜ	Kalastusretked	?
49.	Gravelest OÜ	Jalgrattamatkad	?
50.	Karin Varblane- Palmiste FIE (Rändajamatkad )	Jalgratta rent, loodusgiidi teenus, pakett-matkad	?
51.	Multisport OÜ (kajakimatkad.ee)	Kajakimatkad	?
52.	Semmi Kodu MTÜ	Miniloomaaed	?
53.	Toomas Keidong FIE	Merereisid, ekskursioonid, hülgevaatlus, fotoreisid	?
54.	Viimane minut OÜ	Tõukekelgumatkad	?
55.	Kihnu kallas OÜ	Loodusmatkad, maastikumängud, paadiretked, jalgrattad. Majutus	183 622.-
56.	Semora OÜ	Loodusmatkad, veesport, paadilaenus, kalastamine. Majutus	50 789.-
57.	Puhka Kihnus OÜ	Jalgratta rent, kalastusreis. Majutus	28 437.-
58.	Toosikannu puhkekeskus OÜ	Matkad, ulukisafari, fotojaht. Majutus	22 580.-
59.	Nõmme Puhkebaas OÜ	Kanuurent. Majutus	20 811.-
60.	Soomaa kanuumatka ja saunakeskus OÜ	Kanuumatk, öömatk, varustuse rent, ponisõit. Majutus	17 283.-
61.	Kopli mereharrastustalu OÜ	Kalapüük, jalgrattamatk, süstamatk, seenejaht. Majutus	10 184.-
62.	Veetee Projekt OÜ	Veematkad, ratsutamine. Majutus	8 369.-
63.	Meedla turism OÜ	Merematkad. Majutus	4 800.-
64.	Seahorse OÜ	Ratsutamine, paadisõidud, kalastamine kaluriga, tuubisõit, matkad saarele. Majutus	?
65.	Harju puhkus OÜ	Veematkad, vibu. Puhkemaja	?
66.	Livonia Matkad Aivar Vint FIE	Kanuumatkad, jalgsimatkad. Matkamaja, majutus	?
<b>2016 käive kokku:</b>			<b>2 112 561.-</b>

Lisa 1 järg.

	<b>Loodusturismi ettevõtte</b>	<b>Tooted/teenused</b>	<b>2017 proгноoskäive eurodes</b>
67.	Sea Kayaking Estonia OÜ	Matkad, varustuse rent	51 000.-
68.	Rabav OÜ	fotojaht, matkad	30 000.-
69.	Puhka Aktiivselt OÜ	Süstamatkad, jetisafarid, mägimatkad, laenutus, firmaseiklused	57 000.-
70.	Wild Frog OÜ (pakrimatkad.ee)	Paadiretked	10 000.-
71.	Viruna talu FIE	Kanuumatkad, rabamatkad, lambaliha	1000.-
72.	Nurmenuku Puhkekeskus OÜ	Koduloomaaed, hobuvankrisõit	2 000.-
73.	Horse OÜ	Ratsamatkad, koduloomade park, lastelaagrid, talusafari, fotomatk, jalgsimatk, ekskursioonid koolidele	21 000.-
74.	Aivar Siimu Energiatalu FIE	Elamusretked taimeaias, matkad, seminarid, toad	4000.-
75.	City Bike OÜ	Jalgratta rent, tuurid, e-pood, rattaremont	271 000.-
<b>2017 прогноoskäive kokku</b>			<b>447 000.-</b>

	<b>Loodusturismi ettevõtte</b>	<b>Tooted/teenused</b>	<b>2015 käive eurodes</b>
76.	Preeriakoda OÜ	Matkad, rännakud püstkojas, seltskonnamängud	4 057.-
77.	Mõhk ja Tõlpa OÜ (matkakeskus.eu)	Kajaki-, ratta-, suusa-, räätamatkad	3 473.-
78.	Fishingtrips OÜ	Kalagiidi teenud, kalstusretked, varustuse rent	6 699.-
79.	Viis aastaaega OÜ (soomaa.com)	Tõukekelgumatkad, räätamatkad, kanuumatkad	13 860.-
80.	Rahvamatkad OÜ	Ratsutamine, kanuumatkad, jalgsimatkad	5 742.-
81.	Peipsile OÜ	Kalastusteenused, paadirent. Majutus	13 180.-
<b>2015 käive kokku</b>			<b>47 011.-</b>

**Loodusturismi käive kokku 2 606 572.-**

## **Lisa 2.** Küsimustik turismiinfokeskustele

Tere!

Olen Eesti Maaülikooli loodusturismi eriala tudeng Marjaana Rim ja teen magistritööd teemal: "Loodusturismi laiem majanduslik kasu Eestis" (juhendajaks nooremteadur Tarmo Pilving).

Antud töö on väga oluline akadeemiline väärtus, sest läbi selle saab arendada metoodikat, kuidas turismivaldkonna laiemat mõju mõõta ja praktiline, sest tulemused pakuvad väga huvi nii ettevõtjatele kui ka kindlasti on neid plaanis jagada teie organisatsiooniga.

Seoses sellega esitaksin ma teile online vormis 6 küsimust, mis puudutavad loodusturismi tooteid, teenuseid ja objekte teie piirkonnas.

Loodan väga Teie tagasisidele ja koostööle ning olen kõikidele täpsustavatele küsimustele valmis vastama.

Lugupidamisega,

Marjaana Rim

1. Kui palju on teie piirkonnas erinevaid loodusturismi tooteid/ teenuseid?
2. Kui palju on teie piirkonnas ettevõtteid kes pakuvad loodusturismi teenust?
3. Kui palju on teie piirkonnas loodusturismi objekte (matkarajad, vaateteornid jne)?
4. Kui paljud tooteid/teenuseid on üleval Visitestonia/Puhkaeestis keskkonnas ja kui palju ei ole?
5. Millised on teie piirkonnas kõige populaarsemad loodusturismi objektid/tooted/teenused?
6. Kas viimasel viiel aastal on teie piirkonnas klientide huvi loodusturismi toodete/teenuste/ objektide vastu pigem tõusnud või langenud?
  - Tõusnud
  - Langenud

**Lisa 3.** Küsimustik loodusturismi ettevõtetele.

Tere!

Olen Eesti Maaülikooli loodusturismi eriala tudeng Marjaana Rim ja teen magistritööd teemal: "Loodusturismi laiem majanduslik kasu Eestis". Antud töö on väga oluline akadeemiline väärtus, sest läbi selle saab arendada metoodikat, kuidas turismivaldkonna laiemat mõju mõõta ja praktiline, sest tulemused peaksid pakkuma huvi ka teile ettevõtjatele. Töö tegemisel huvitab mind palju visitestonia keskkonnas olevate ettevõtete tooted/teenused ka reaalselt tänu visitestonia keskkonnale tehinguteks vormistatakse. Seetõttu esitaksin ma teile online vormis 5 küsimust.

Loodan väga Teie tagasisidele ja koostööle ning olen kõikidele täpsustavatele küsimustele valmis vastama.

Lugupidamisega,

Marjaana Rim

1. Kui paljudest päringutest, mis teie ettevõttele tulevad läbi Visitestonia/Puhkaeestis keskkonna, saavad reaalselt toote/teenuse ostudeks?
2. Kas te kasutate peale Visitestonia/Puhkaeestis keskkonna ka teisi müügikanaleid? Kui jah, siis palun nimetage mõni.
3. Kui suur võiks olla vahe (%) teie ettevõtte toote/teenuse ostu puhul, mis sooritatakse läbi Visitestonia/Puhkaeestis keskkonna ja teiste kanalite kaudu?
4. Kas läbi Visitestonia/Puhkaeestis keskkonna tulnud päringute arv on viimastel aastatel pigem kasvanud või kahanenud?
  - Kasvanud
  - Kahanenud

Lisa 3 järg.

5. Kui palju te kasutate oma ettevõtte toodete/teenuste pakkumisel Riigimetsa Majandamise Keskuse (RMK) hallatavat taristut?

- Kasutan tihti
- Pigem kasutan
- Pigem ei kasuta
- Ei kasuta üldse



**Lihtlitsents lõputöö salvestamiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks  
ning juhendaja(te) kinnitus lõputöö kaitsmisele lubamise kohta**

Mina, Marjaana Rim

1. annan Eesti Maaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud lõputöö  
Loodusturismi mahu ning nõudluse ja pakkumise hindamine Eesti ametliku turismiportaali  
Visitestonia/Puhkaeestis näitel,

mille juhendaja on Tarmo Pilving,

- 1.1. salvestamiseks säilitamise eesmärgil,
- 1.2. digiarhiivi DSpace lisamiseks ja
- 1.3. veebikeskkonnas üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile;
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega  
isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Lõputöö autor

\_\_\_\_\_

Allkiri

Tartu, 20.05.2018

**Juhendaja(te) kinnitus lõputöö kaitsmisele lubamise kohta**

Luban lõputöö kaitsmisele.

\_\_\_\_\_

*(juhendaja nimi ja allkiri)*

\_\_\_\_\_

*(kuupäev)*

\_\_\_\_\_

*(juhendaja nimi ja allkiri)*

\_\_\_\_\_

*(kuupäev)*